

Sistem Informasi Evaluasi Penjualan Berbasis Website Pada PT Lasbon Technology Indonesia

Hanifa Rosyida Sari¹⁾ Arifin Puji Widodo²⁾ Vivine Nurcahyawati³⁾

Program Studi/Jurusan Sistem Informasi

Universitas Dinamika

Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298

Email : 1)hanifa354@gmail.com, 2)arifin@dinamika.ac.id, 3)vivine@dinamika.ac.id

Abstrak: *PT Lasbon Technology Indonesia, which is engaged in selling women's products such as clothes, pants, skirts, bags, watches, wallets, and mukenah does not yet have a Sales Evaluation Information System. From the results of the interview, it was found several problems such as the company so far only produced information limited to sales recapitulations obtained from copies of sales notes. The results of the recording have not been able to produce sufficient information for managers in evaluating sales in each branch. Because the information that can be obtained is limited to information on the number of items sold each period. Not being able to know which items are selling best, or information on turnover of items that have the highest sales speed. If the information generated is more detailed, it will help managers in making sales target decisions. And so far, the company also does not have a procedure to set and monitor the achievement of sales targets. This makes it difficult for PT Lasbon Technology Indonesia to be motivated to make sales achievements because the information generated is not satisfactory. The solution to solve this problem is to create a Website-Based Sales Evaluation Information System at PT Lasbon Technology Indonesia, which is able to produce sales information, sales turnover information, inventory information, and sales target information. Second, being able to determine sales targets by using the sell-through method which is used to calculate the percentage of sales speed of each item and using the top down method as a parameter to determine the sales target of the manager. Based on the results of blackbox testing and evaluation of excel calculations with the calculation of the sales evaluation information system that has been carried out, it shows that the Website-Based Sales Evaluation Information System at PT Lasbon Technology Indonesia can carry out the sales process validly, can perform the sales turnover calculation process using the sell-through method with valid, and the calculation process of determining sales targets using the top down method with valid. So that it can make it easier for managers to monitor sales and monitor sales targets in each branch.*

Kata Kunci: *Information System, Evaluation, Sales, Sell-Through, Top Down*

PT Lasbon Technology Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan berbagai jenis produk wanita seperti pakaian, celana, rok, tas, jam, dompet, dan mukenah. Adapun jumlah barang yang dimiliki perusahaan kurang lebih 2000 item. Perusahaan melakukan proses penjualan barang dengan cara *online* dan *offline*. Rata-rata penjualan *online* dalam sehari mencapai 50 kali transaksi. Dan rata-rata penjualan *offline* dalam sehari mencapai 10 kali transaksi.

Penjualan yang ada pada PT Lasbon Technology Indonesia dimulai dari pelanggan melakukan pembelian barang. Setelah melakukan pembelian, Bagian penjualan akan membuat nota penjualan rangkap 2. Satu diserahkan ke pelanggan dan satu lembar lagi disimpan sebagai arsip. Saat ini pemilik perusahaan dibantu oleh

manajer penjualan, yang setiap satu cabangnya di pimpin oleh seorang manajer.

Pada proses bisnis diatas ditemukan permasalahan yaitu selama ini perusahaan menghasilkan informasi sebatas recapitulasi penjualan yang didapat dari salinan nota penjualan. Hasil dari pencatatan tersebut belum bisa menghasilkan informasi yang memadai untuk manajer dalam melakukan evaluasi penjualan di tiap cabangnya. Dikarenakan informasi yang di dapat hanya sebatas informasi jumlah barang yang laku terjual setiap periode. Tidak bisa mengetahui informasi barang mana yang paling laku terjual. Apabila informasi-informasi yang dihasilkan tersebut lebih detail, akan membantu manajer dalam mengambil keputusan target penjualan.

Sebagai tolak ukur menentukan keberhasilan perusahaan dalam berbisnis, maka

diperlukan suatu target penjualan. Penentuan target penjualan yang pas, tentunya harus mengevaluasi dari data penjualan sebelumnya. Selama ini, perusahaan tidak mempunyai prosedur untuk menetapkan dan memantau pencapaian target penjualan. Dikarenakan laporan yang dihasilkan kurang informatif. Hal itu membuat PT Lasbon Technology Indonesia menjadi sulit termotivasi untuk melakukan pencapaian penjualan dikarenakan informasi-informasi yang dihasilkan kurang memuaskan.

Permasalahan kedua, yaitu Manajer tidak dapat mengetahui berapa kecepatan penjualan dari masing-masing kategori, jenis, golongan, merk, motif, bahan, warna dan ukuran barang yang ada di masing-masing cabang. Sehingga manajer kesulitan dalam melakukan evaluasi penjualan untuk mengetahui seberapa jauh perkembangan penjualan barang dari masing-masing cabang Apakah kecepatan penjualannya baik, apakah persediaan barang yang dijual tepat dan sesuai dengan yang diharapkan, atau malah sebaliknya.

Berdasarkan wawancara dengan PT Lasbon Technology Indonesia, diperoleh informasi penjualan periode bulan Januari-Juni 2019 perusahaan mengalami penurunan penjualan. Pada bulan Januari-Februari mengalami penurunan sebesar 0,51%, bulan Februari-Maret mengalami kenaikan sebesar 15,72%, bulan Maret-April mengalami kenaikan sebesar 8,14%, bulan April-Mei mengalami kenaikan sebesar 11,73%, bulan Mei-Juni mengalami penurunan kembali sebesar 21,14%.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis menawarkan solusi berupa Sistem Informasi Evaluasi Penjualan Berbasis Website Pada PT Lasbon Technology Indonesia yang dapat membantu kegiatan pelaporan penjualan secara *real time* untuk melihat perkembangan penjualan. Sehingga pegawai dapat fokus terhadap penjualan, dan manajer dapat fokus terhadap target yang ingin dicapai.

Untuk menentukan target penjualan dapat dilakukan menggunakan metode *sell through*. Menurut (Parmaks & Miethner, 2011), Metode *sell-through* dapat digunakan untuk menghitung persentase penjualan dari masing-masing barang yang dapat berguna bagi perusahaan untuk melakukan evaluasi kinerja perusahaan dengan diberikan satuan persen. Sehingga dengan adanya informasi perputaran penjualan dapat dijadikan pertimbangan oleh manajer untuk membuat keputusan target penjualan. Penentuan target

penjualan didasarkan atas metode *top down*. Menurut (Harahap, 2005), metode *top down* menjelaskan bahwa penyusunan targetnya dapat ditetapkan sendiri oleh pimpinan dan dilaksanakan oleh bawahan tanpa ada keterlibatan bawahan dalam melakukan penyusunan target. Manajer akan menetapkan peningkatan targetnya berapa persen, berdasarkan data historis penjualan sebelumnya. Sistem akan memproses data target dari parameter metode *top down* yang sudah ditentukan oleh manajer, dan menghasilkan output berupa informasi target. Dengan melihat informasi target, akan menjadi pemicu semangat perusahaan dalam mencapai keuntungan yang diharapkan dan manajer dapat melakukan evaluasi target penjualan untuk membandingkan hasil penjualan sebelumnya dengan hasil target yang sudah ditentukan di awal dengan bantuan grafik penjualan barang dan grafik target penjualan yang dihasilkan dari Sistem Informasi Evaluasi Penjualan. Dari informasi grafik tersebut, manajer akan melihat penjualan mana yang berhasil tercapai atau memenuhi target dan penjualan mana yang tidak berhasil tercapai atau tidak memenuhi target.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan sistem informasi evaluasi penjualan berbasis website pada PT Lasbon Technology Indonesia menggunakan model *waterfall* serta menggunakan metode *Sell-Through* dan metode *Top Down*. Berikut ini merupakan tahapan pada model *waterfall* (Pressman, 2015).

A. Tahap Awal

Langkah awal yang dilakukan oleh penulis dalam menyusun laporan tugas akhir ini adalah melakukan pengumpulan data melalui tahapan wawancara, observasi dan studi literatur agar memperoleh data yang dibutuhkan dalam menyelesaikan penelitian ini.

1. Wawancara

Wawancara bertujuan untuk mengetahui informasi dan kelemahan apa yang didapat sehingga nantinya dapat memberikan solusi bagi permasalahan yang ada. Pihak terkait yang diwawancara adalah manajer cabang terdiri dari 1 orang dan dilakukan wawancara sebanyak 1 kali.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung kegiatan penjualan yang ada di Surabaya Barat dan Surabaya Selatan.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, didapatkan beberapa informasi sebagai berikut:

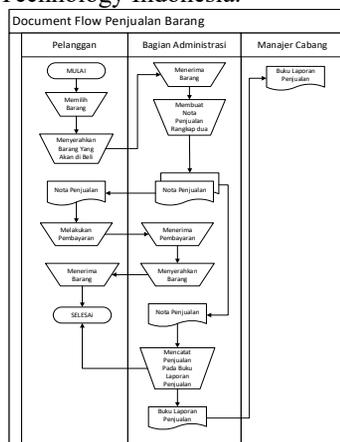
- a. Didalam proses bisnis tersebut melibatkan 2 orang internal perusahaan, yaitu bagian administrasi dan manajer cabang.
- b. Bagian admin bertugas untuk mencatat data barang dan data penjualan.
- c. Bagian manajer cabang bertugas mengawasi dan mengevaluasi setiap pengeluaran dan pemasukan keuangan dari masing-masing cabang.

3. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk mendalami pemahaman tentang sistem yang berjalan dengan cara mempelajari dan mengumpulkan informasi yang diperoleh dari buku-buku literatur, jurnal, artikel, serta internet yang membahas tentang sistem informasi penjualan.

4. Analisis Proses Bisnis

Setelah melakukan proses pengumpulan data peneliti dapat menggambarkan proses bisnis penjualan yang sedang berlangsung pada PT Lasbon Technology Indonesia.



Gambar 1 Document Flow Penjualan Pada PT Lasbon Technology Indonesia (Hanifa, 2020)

5. Identifikasi Masalah

Dari hasil melakukan wawancara, observasi dan studi literatur peneliti dapat mengidentifikasi permasalahan yang terjadi di perusahaan sampai menemukan titik permasalahan, sehingga dari permasalahan tersebut ditemukan beberapa solusi untuk diselesaikan. Berikut ini adalah hasil analisis permasalahan yang terjadi pada PT Lasbon Technology Indonesia:

Tabel 1 Identifikasi Masalah

Permasalahan	Solusi
Perusahaan tidak mempunyai prosedur untuk menetapkan dan memantau pencapaian target penjualan.	Sistem yang dapat memberikan informasi target penjualan untuk mengetahui apakah penjualan saat ini sesuai dengan target yang telah ditentukan atau tidak.
Perusahaan tidak dapat mengetahui berapa perputaran penjualan barang yang ada di masing-masing cabang.	Sistem yang dapat memberikan informasi perputaran penjualan setiap barang yang ada di dimasing-masing cabang untuk melakukan evaluasi target.

Sumber: Rosyida, 2020

B. Tahap Pengembangan

Tahap pengembangan merupakan proses untuk menyelesaikan pengembangan aplikasi yang dibutuhkan berdasarkan data - data yang telah didapat pada tahap awal. Tahap pengembangan terdiri atas *communication*, *planning*, *modeling*, *construction*, dan *deployment*.

1. Communication

Tahap komunikasi dibagi menjadi dua sub tahapan yaitu *project initiation* dan *requirement gathering*.

a. Project Initiation

Peneliti memfokuskan penelitian hanya pada ruang lingkup sistem yang dibangun yaitu Sistem Informasi Evaluasi Penjualan. Hal ini dimaksudkan agar peneliti dapat fokus pada satu bagian yaitu bagian penjualan.

b. Requirement Gathering

Tahapan ini dibagi menjadi 2 sub tahapan yaitu identifikasi pengguna, identifikasi data dan informasi.

1. Identifikasi Pengguna

Berdasarkan hasil wawancara, terdapat beberapa pengguna yang akan terlibat dalam Sistem Informasi Evaluasi Penjualan diantaranya:

- a. Bagian Administrasi.
- b. Manajer.

2. Identifikasi Data dan Informasi

Setelah dilakukan identifikasi masalah dan identifikasi pengguna maka proses selanjutnya adalah melakukan identifikasi data. Pada Sistem Informasi Evaluasi Penjualan Berbasis Website ini memerlukan:

1. Data Pegawai
2. Data Pelanggan
3. Data Barang
4. Data Metode pembayaran
5. Data Cabang
6. Data Ekspedisi
7. Data Penjualan

2. Planning

Pada tahap *planning* atau tahap kedua alur kebutuhan Sistem Informasi Evaluasi Penjualan menjelaskan mengenai penjadwalan kerja yang akan dilaksanakan, dan proses pengerjaan sistem.

3. Modelling

Pada tahap modelling, dibagi menjadi 2 sub tahapan yaitu *Analysis* dan *Design*.

a. Analysis

Tahapan ini dibagi menjadi 5 sub tahapan yaitu Analisis kebutuhan pengguna, Analisis kebutuhan fungsional, Analisis kebutuhan non fungsional, Analisis kebutuhan sistem, dan IPO diagram.

1. Analisis Kebutuhan Pengguna

Analisis kebutuhan pengguna memiliki fungsi untuk mengetahui kebutuhan dari masing-masing *user* (pengguna) yang bersangkutan secara langsung dengan sistem.

2. Analisis Kebutuhan Fungsional

Analisis kebutuhan fungsional adalah layanan apa saja yang nantinya harus disediakan oleh sistem. Analisis kebutuhan fungsional terdiri dari analisis kebutuhan data master, transaksi dan pembuatan laporan.

3. Analisis Kebutuhan Non-Fungsional

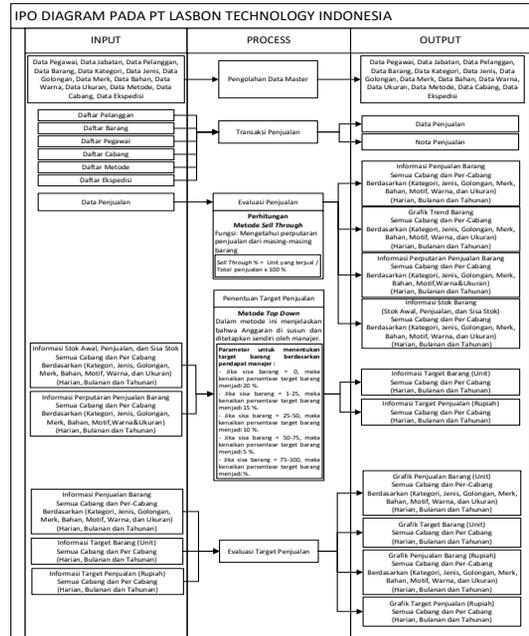
Analisis kebutuhan non-fungsional dilakukan untuk mengetahui wewenang pada *role* (peran) tersebut dalam perangkat lunak. Kebutuhan non-fungsional dalam sistem ini meliputi keamanan dan kinerja.

4. Analisis Kebutuhan Sistem

Analisis kebutuhan sistem dilakukan untuk mengetahui spesifikasi kebutuhan sistem perangkat lunak (*software*) dan perangkat keras (*hardware*).

5. IPO Diagram

IPO Diagram digunakan untuk memberikan gambaran mengenai input yang diperlukan dan menghasilkan output dari sistem.



b. Design

Tahapan ini dibagi menjadi 7 sub tahapan yaitu *Sys Flow*, *Data Flow Diagram*, *CDM* (*Conceptual Data Model*), *PDM* (*Physical Data Model*), *Struktur tabel*, *Design Interface*, dan *Desain Skenario Uji Coba*.

a. System Flowchart

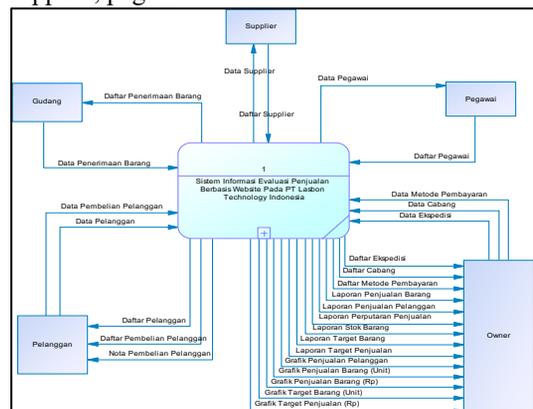
Sys flow pada sistem informasi evaluasi penjualan ini terdiri dari maintenance master, transaksi dan laporan.

b. Data Flow Diagram (DFD)

DFD memiliki beberapa level, yaitu level context diagram, level 0, level 1, dan level 2.

1. Context Diagram

Pada context diagram ini ada 5 entitas yang terlibat, diantaranya pelanggan, gudang, supplier, pegawai dan owner.

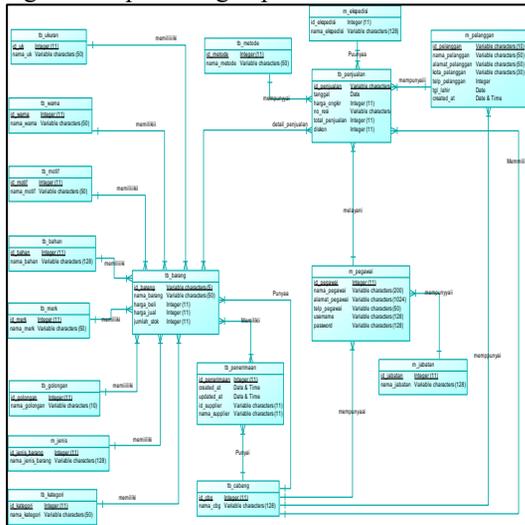


Gambar 2. IPO Diagram (Hanifa, 2020)

Gambar 3. Context Diagram (Hanifa, 2020)

c. Conceptual Data Model

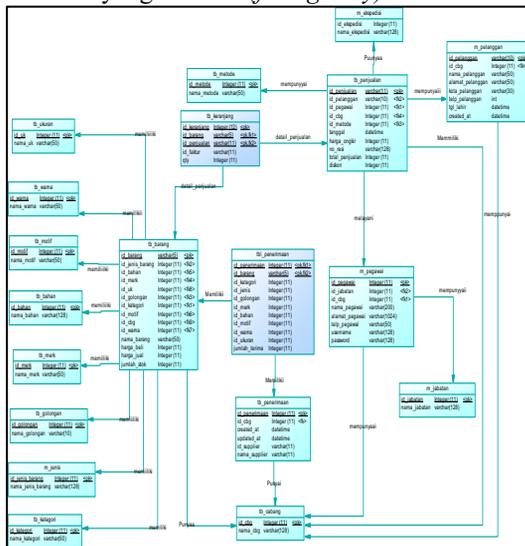
Conceptual Data Model menggambarkan struktur data model secara detail dalam bentuk logic/konsep rancangan pembuatan database.



Gambar 4. Context Diagram (Hanifa, 2020)

d. Physical Data Model

PDM (*Physical Data Model*) yang menggambarkan relasi antar tabel dan field-field database yang berelasi (*foreign key*).



Gambar 5. Physical Data Model (Hanifa, 2020)

e. Struktur Tabel

Struktur tabel ini sesuai dengan PDM (*Physical Data Model*) yang telah dirancang. Struktur tabel ini merupakan uraian struktur fisik dari tabel-tabel yang terdapat pada database yang akan digunakan untuk penyimpanan data. Struktur tabel ini terdiri dari master dan transaksi.

f. Desain Infrface

Desain *Interface* digunakan untuk menggambarkan alur sistem yang akan dibuat. Desain Interface ini terdiri dari master, transaksi dan laporan.

g. Desain Skenario Uji Coba

Desain scenario uji coba digunakan untuk menguji aplikasi dengan melakukan berbagai uji coba untuk membuktikan bahwa aplikasi yang telah dibuat sesuai dengan tujuan yang akan dicapai. Desain skenario uji coba ini terdiri dari master, transaksi dan laporan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Implementasi Sistem

Berikut ini merupakan implementasi sistem dari halaman yang terdapat pada sistem informasi evaluasi penjualan berbasis website pada PT Lasbon Technology Indonesia.

1. Halaman Dashboard Manajer

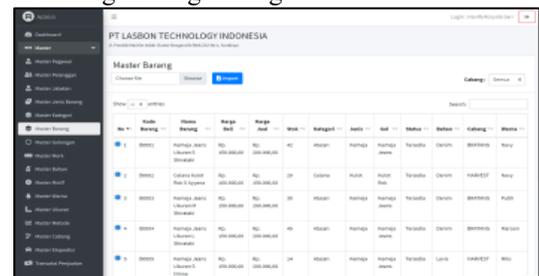
Pada Gambar 6 merupakan halaman awal pada bagian manajer yang dapat digunakan untuk menampilkan dashboard informasi penjualan barang yang ada di perusahaan.



Gambar 6 Halaman Dashboard Admin (Hanifa, 2020)

2. Halaman Master Barang

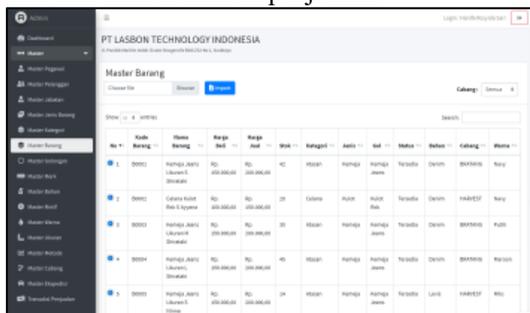
Gambar 7 merupakan halaman master barang yang dapat digunakan oleh bagian admin untuk menambahkan data barang. Pada halaman ini, bagian admin dapat melihat data barang yang ada di masing-masing cabang.



Gambar 7 Halaman Master Barang (Hanifa, 2020)

3. Halaman Transaksi Penjualan

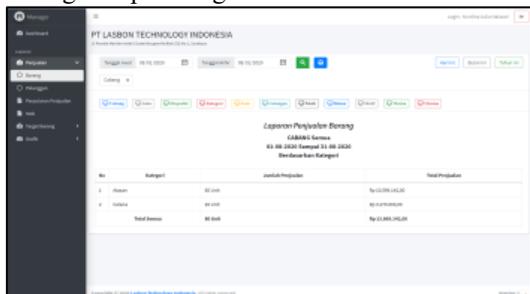
Pada Gambar 8 merupakan halaman transaksi penjualan yang dapat digunakan oleh bagian admin untuk menambahkan data transaksi penjualan oleh pelanggan di setiap cabang dengan cara klik tombol tambah penjualan.



Gambar 8 Halaman Transaksi Penjualan (Hanifa, 2020)

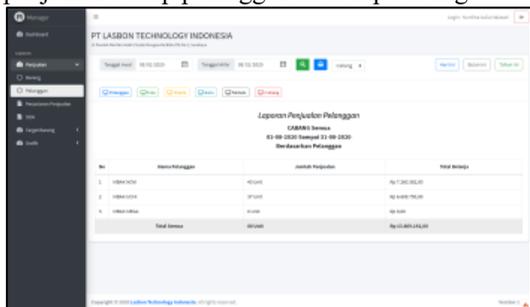
4. Halaman Laporan Penjualan

Pada Gambar 9 merupakan halaman laporan penjualan barang yang dapat digunakan oleh manajer untuk melihat informasi penjualan barang setiap cabang.



Gambar 9 Halaman Laporan Penjualan Barang (Hanifa, 2020)

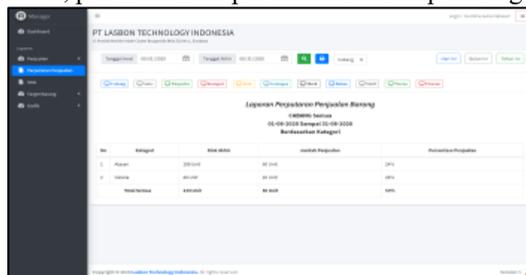
Pada gambar 10 merupakan halaman laporan penjualan pelanggan yang dapat digunakan oleh manajer untuk melihat informasi penjualan setiap pelanggan di setiap cabang.



Gambar 10 Halaman Laporan Penjualan Pelanggan (Hanifa, 2020)

5. Halaman Laporan Perputaran

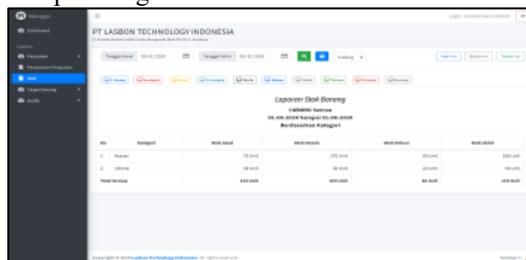
Pada gambar 11 merupakan halaman laporan perputaran penjualan barang yang dapat digunakan oleh manajer untuk melihat informasi perputaran penjualan barang per kategori, per jenis, per golongan, per merk, per bahan, per motif, per warna dan per ukuran di setiap cabang.



Gambar 11 Laporan Perputaran Penjualan (Hanifa, 2020)

6. Halaman Laporan Stok Barang

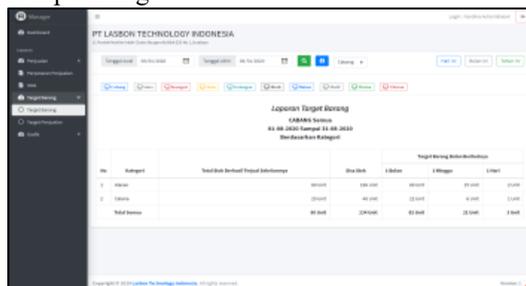
Pada Gambar 12 merupakan halaman laporan stok barang yang dapat digunakan oleh manajer untuk melihat informasi stok barang per kategori, per jenis, per golongan, per merk, per bahan, per motif, per warna dan per ukuran di setiap cabang.



Gambar 12 Halaman Laporan Stok Barang (Hanifa, 2020)

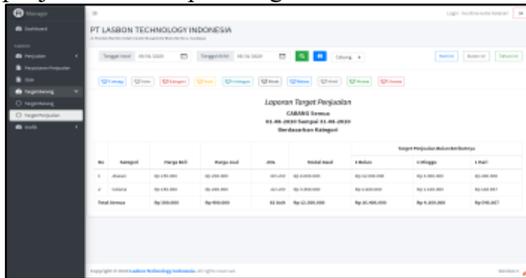
7. Halaman Laporan Target Barang

Pada Gambar 13 merupakan halaman laporan target barang yang dapat digunakan oleh manajer untuk melihat informasi target barang setiap cabang.



Gambar 13 Halaman Laporan Target Barang (Hanifa, 2020)

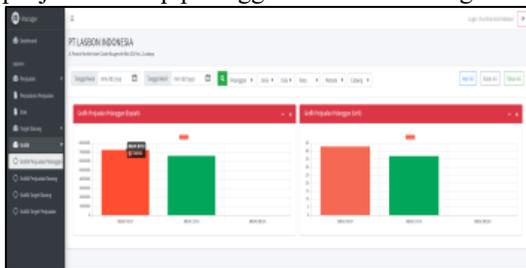
Pada gambar 14 merupakan halaman laporan target penjualan yang dapat digunakan oleh manajer untuk melihat informasi target penjualan di setiap cabang.



Gambar 14 Halaman Laporan Target Penjualan (Hanifa, 2020)

8. Halaman Grafik Penjualan Pelanggan

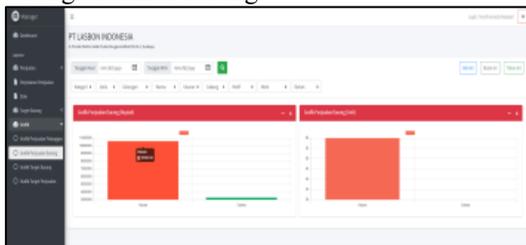
Gambar 15 merupakan halaman grafik penjualan pelanggan yang dapat digunakan manajer untuk melihat informasi perkembangan penjualan setiap pelanggan di semua cabang.



Gambar 15 Halaman Grafik Penjualan Pelanggan (Hanifa, 2020)

9. Halaman Grafik Penjualan Barang

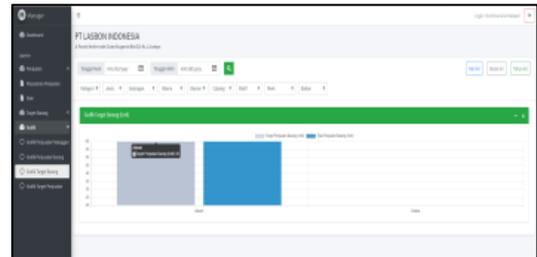
Gambar 16 merupakan halaman grafik penjualan barang yang dapat digunakan manajer untuk melihat informasi perkembangan penjualan barang di semua cabang.



Gambar 16 Halaman Grafik Penjualan Barang (Hanifa, 2020)

10. Halaman Grafik Target Barang

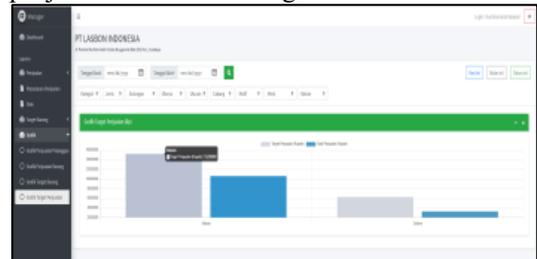
Gambar 17 merupakan halaman grafik target barang yang dapat digunakan manajer untuk melihat informasi perkembangan target barang di semua cabang.



Gambar 17 Halaman Grafik Target Barang (Hanifa, 2020)

11. Halaman Grafik Target Penjualan

Gambar 18 merupakan halaman grafik target penjualan yang dapat digunakan manajer untuk melihat informasi perkembangan target penjualan di semua cabang.



Gambar 18 Halaman Grafik Target Penjualan (Hanifa, 2020)

C. Tahap Akhir

Tahap akhir yang dilakukan adalah menentukan hasil dari proses-proses yang telah dilaksanakan pada tahap pengembangan sebelumnya dan akan menghasilkan keluaran sebagai berikut:

1. Evaluasi Hasil Penelitian

Digunakan untuk mengevaluasi apakah tugas akhir ini sudah sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Evaluasi hasil penelitian akan menunjukkan ketepatan hasil perhitungan manual dengan ketepatan hasil perhitungan yang ada pada Sistem Informasi Evaluasi Penjualan.

No	Kategori	Salah	Jumlah Perputaran	Persentase Perputaran
1	Alasan	10.000	10.000	100%
2	Salah	10.000	10.000	100%

Gambar 19 Hasil Perhitungan Metode *Sell-Through* Berdasarkan Kategori (Hanifa, 2020)

No	Kategori	Jenis	Stok Awal	Jumlah Perjualan	Persentase Perjualan
1	ABAKAN	SEMPAGA	20 UNIT	40 UNIT	70%
2	CALANA	KALAN	20 UNIT	40 UNIT	70%
3	ABAKAN	SALU	10 UNIT	20 UNIT	100%

Gambar 20 Hasil Perhitungan Metode *Sell-Through* Berdasarkan Jenis

No	Kategori	Golongan	Stok Awal	Jumlah Perjualan	Persentase Perjualan
1	ABAKAN	MAHAHA HARI	10 UNIT	40 UNIT	100%
2	CALANA	KALAN DUK	10 UNIT	40 UNIT	70%
3	ABAKAN	MAHAHA JAWA	7 UNIT	20 UNIT	70%
4	ABAKAN	KALAN PUKAN	3 UNIT	3 UNIT	100%
5	ABAKAN	TUKAN BUKAN	3 UNIT	3 UNIT	100%
6	ABAKAN	TUKAN BUKAN	3 UNIT	3 UNIT	100%
7	ABAKAN	TUKAN PUKAN	3 UNIT	3 UNIT	100%

Gambar 21 Hasil Perhitungan Metode *Sell-Through* Berdasarkan Golongan (Hanifa, 2020)

No	Kategori	Merek	Stok Awal	Jumlah Perjualan	Persentase Perjualan
1	ABAKAN	MAHAHA HARI	10 UNIT	40 UNIT	100%
2	ABAKAN	MAHAHA JAWA	7 UNIT	20 UNIT	70%
3	ABAKAN	KALAN PUKAN	3 UNIT	3 UNIT	100%
4	ABAKAN	TUKAN BUKAN	3 UNIT	3 UNIT	100%
5	ABAKAN	TUKAN BUKAN	3 UNIT	3 UNIT	100%
6	ABAKAN	TUKAN PUKAN	3 UNIT	3 UNIT	100%
7	ABAKAN	MAHAHA HARI	10 UNIT	40 UNIT	100%
8	ABAKAN	MAHAHA JAWA	7 UNIT	20 UNIT	70%
9	ABAKAN	KALAN PUKAN	3 UNIT	3 UNIT	100%
10	ABAKAN	TUKAN BUKAN	3 UNIT	3 UNIT	100%
11	ABAKAN	TUKAN BUKAN	3 UNIT	3 UNIT	100%
12	ABAKAN	TUKAN PUKAN	3 UNIT	3 UNIT	100%
13	ABAKAN	MAHAHA HARI	10 UNIT	40 UNIT	100%
14	ABAKAN	MAHAHA JAWA	7 UNIT	20 UNIT	70%
15	ABAKAN	KALAN PUKAN	3 UNIT	3 UNIT	100%
16	ABAKAN	TUKAN BUKAN	3 UNIT	3 UNIT	100%
17	ABAKAN	TUKAN BUKAN	3 UNIT	3 UNIT	100%
18	ABAKAN	TUKAN PUKAN	3 UNIT	3 UNIT	100%

Gambar 22 Hasil Perhitungan Metode *Sell-Through* Berdasarkan Merek (Hanifa, 2020)

No	Kategori	Bahan	Stok Awal	Jumlah Perjualan	Persentase Perjualan
1	CALANA	SEMPAGA	20 UNIT	40 UNIT	70%
2	ABAKAN	SEMPAGA	20 UNIT	40 UNIT	70%
3	ABAKAN	KALAN BUKAN	10 UNIT	20 UNIT	100%
4	ABAKAN	SEMPAGA	10 UNIT	20 UNIT	70%
5	ABAKAN	BALU TERY	10 UNIT	20 UNIT	100%
6	CALANA	BALU TERY	10 UNIT	20 UNIT	100%
7	CALANA	SEMPAGA	10 UNIT	20 UNIT	100%
8	ABAKAN	SEMPAGA	10 UNIT	20 UNIT	100%
9	ABAKAN	KALAN BUKAN	10 UNIT	20 UNIT	100%
10	CALANA	KALAN BUKAN	10 UNIT	20 UNIT	100%
11	CALANA	KALAN BUKAN	10 UNIT	20 UNIT	100%
12	ABAKAN	SEMPAGA	10 UNIT	20 UNIT	100%
13	CALANA	SEMPAGA	10 UNIT	20 UNIT	100%
14	ABAKAN	SEMPAGA	10 UNIT	20 UNIT	100%
15	CALANA	SEMPAGA	10 UNIT	20 UNIT	100%
16	CALANA	SEMPAGA	10 UNIT	20 UNIT	100%
17	CALANA	SEMPAGA	10 UNIT	20 UNIT	100%

Gambar 23 Hasil Perhitungan Metode *Sell-Through* Berdasarkan Bahan (Hanifa, 2020)

No	Kategori	Motif	Stok Awal	Jumlah Perjualan	Persentase Perjualan
1	ABAKAN	POLIS	20 UNIT	40 UNIT	100%
2	CALANA	POLIS	20 UNIT	40 UNIT	70%
3	ABAKAN	MONOCROM	8 UNIT	20 UNIT	75%
4	ABAKAN	BUNGA	8 UNIT	20 UNIT	8%
5	CALANA	BUNGA	8 UNIT	20 UNIT	8%
6	CALANA	MONOCROM	8 UNIT	20 UNIT	8%
7	ABAKAN	PRIDING	8 UNIT	20 UNIT	8%
8	CALANA	PRIDING	8 UNIT	20 UNIT	8%
9	ABAKAN	SALU	8 UNIT	20 UNIT	8%
10	CALANA	SALU	8 UNIT	20 UNIT	8%
Total Semasa			27 UNIT	330 UNIT	230%

Gambar 24 Hasil Perhitungan Metode *Sell-Through* Berdasarkan Motif (Hanifa, 2020)

No	Kategori	Warna	Stok Awal	Jumlah Perjualan	Persentase Perjualan
1	ABAKAN	PUTIH	10 UNIT	40 UNIT	100%
2	ABAKAN	KUNING	10 UNIT	40 UNIT	100%
3	CALANA	KUNING	10 UNIT	40 UNIT	100%
4	ABAKAN	PUTIH	10 UNIT	40 UNIT	100%
5	ABAKAN	PUTIH	10 UNIT	40 UNIT	100%
6	ABAKAN	KUNING	10 UNIT	40 UNIT	100%
7	ABAKAN	KUNING	10 UNIT	40 UNIT	100%
8	ABAKAN	PUTIH	10 UNIT	40 UNIT	100%
9	ABAKAN	PUTIH	10 UNIT	40 UNIT	100%
10	ABAKAN	PUTIH	10 UNIT	40 UNIT	100%
11	ABAKAN	PUTIH	10 UNIT	40 UNIT	100%
12	ABAKAN	PUTIH	10 UNIT	40 UNIT	100%
13	ABAKAN	PUTIH	10 UNIT	40 UNIT	100%
14	ABAKAN	PUTIH	10 UNIT	40 UNIT	100%
15	ABAKAN	PUTIH	10 UNIT	40 UNIT	100%
16	ABAKAN	PUTIH	10 UNIT	40 UNIT	100%
17	ABAKAN	PUTIH	10 UNIT	40 UNIT	100%
18	ABAKAN	PUTIH	10 UNIT	40 UNIT	100%
19	ABAKAN	PUTIH	10 UNIT	40 UNIT	100%
20	ABAKAN	PUTIH	10 UNIT	40 UNIT	100%

Gambar 25 Hasil Perhitungan Metode *Sell-Through* Berdasarkan Warna (Hanifa, 2020)

No	Kategori	Ukuran	Stok Awal	Jumlah Perjualan	Persentase Perjualan
1	ABAKAN	S	10 UNIT	20 UNIT	100%
2	ABAKAN	M	10 UNIT	20 UNIT	100%
3	CALANA	S	10 UNIT	20 UNIT	100%
4	CALANA	M	10 UNIT	20 UNIT	100%
5	ABAKAN	S	10 UNIT	20 UNIT	100%
6	CALANA	S	10 UNIT	20 UNIT	100%
7	CALANA	M	10 UNIT	20 UNIT	100%
8	ABAKAN	M	10 UNIT	20 UNIT	100%
9	ABAKAN	M	10 UNIT	20 UNIT	100%
Total Semasa			20 UNIT	200 UNIT	100%

Gambar 26 Hasil Perhitungan Metode *Sell-Through* Berdasarkan Ukuran (Hanifa, 2020)

No	Kategori	Detail Stok Berawal Hingga Akhir	Target Barang Dalam Perjualan			
			Stok Awal	1 Bulan	3 Bulan	1 Tahun
1	ABAKAN	100 UNIT	30 UNIT	60 UNIT	170 UNIT	200%
2	CALANA	100 UNIT	20 UNIT	40 UNIT	120 UNIT	200%
Total Semasa		200 UNIT	50 UNIT	100 UNIT	290 UNIT	145%

Gambar 27 Hasil Perhitungan Metode *Top-Down* Berdasarkan Kategori (Hanifa, 2020)

Laporan Target Barang							
CIBINUS Science Berdasarkan Jenis							
No	Kategori	Jenis	Total Unit Berhasil Target/Definitifnya	Target Berhasil Berkelompok			Total
				Item 1	Item 2	Item 3	
1	Alasan	Kelelahan	40.000	30.000	40.000	17.000	27.000
2	Alasan	Kulit	40.000	32.000	40.000	12.000	27.000
3	Alasan	Tubuh	33.000	33.000	33.000	0.000	33.000
Total Semua			113.000	95.000	113.000	29.000	84.000

Gambar 28 Hasil Perhitungan Metode *Top-Down* Berdasarkan Jenis (Hanifa, 2020)

Laporan Target Barang							
CIBINUS Science Berdasarkan Golongan							
No	Kategori	Golongan	Total Unit Berhasil Target/Definitifnya	Target Berhasil Berkelompok			Total
				Item 1	Item 2	Item 3	
1	Alasan	Manajemen	40.000	30.000	40.000	12.000	27.000
2	Alasan	Kulit Kulit	40.000	32.000	40.000	12.000	27.000
3	Alasan	Kelelahan Kelelahan	33.000	33.000	33.000	0.000	33.000
4	Alasan	Kulit Kulit	33.000	33.000	33.000	0.000	33.000
5	Alasan	Tubuh Tubuh	33.000	33.000	33.000	0.000	33.000
6	Alasan	Tubuh Tubuh	33.000	33.000	33.000	0.000	33.000
7	Alasan	Tubuh Tubuh	33.000	33.000	33.000	0.000	33.000
Total Semua			113.000	95.000	113.000	24.000	89.000

Gambar 29 Hasil Perhitungan Metode *Top-Down* Berdasarkan Golongan (Hanifa, 2020)

SIMPULAN

Dari hasil perancangan Sistem Informasi Evaluasi Penjualan Berbasis Website Pada PT Lasbon Technology Indonesia, dapat disimpulkan bahwa:

1. Sistem ini dapat menghasilkan Informasi Penjualan Barang dan Informasi Penjualan Pelanggan dari melakukan proses transaksi penjualan.
2. Sistem ini dapat menghasilkan Informasi Perputaran Penjualan Barang yang didapatkan melalui proses metode *sell-through*.
3. Sistem ini dapat menentukan target barang dan target penjualan dengan menggunakan metode *top-down* yang sudah ditentukan oleh manajer.
4. Sistem ini dapat menghasilkan Informasi Target Barang dan Target Penjualan yang dapat digunakan manajer untuk mengevaluasi target penjualan. Dan dapat melakukan penentuan target penjualan selanjutnya

RUJUKAN

Pressman, R. (2015). *Rekayasa Perangkat Lunak: Pendekatan Praktisi* Buku I. Yogyakarta: Andi.

Harahap, S. S. (2005). *Budgeting Penganggaran: Perencanaan Lengkap Untuk Membantu Manajemen*. Edisi Pertama, Cetakan Kedua. Jakarta: Grafindo Persada.

Parmaks, M., & Miethner, D. (2011). *Retail Math Made Simple*. English: DMS Retail.