

**PERAN PENGGUNAAN *USER INTERFACE* DALAM
MENINGKATKAN EFEKTIVITAS SISTEM PENJUALAN
(STUDI KASUS PADA IMAGERY BAGS & CARRY
GOODS)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

Agatha Restinanda Calista Putri

2013130068

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA AKUNTANSI
Terakreditasi oleh BAN-PT No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013
BANDUNG
2018**

**THE ROLE OF USER INTERFACE USAGE IN
INCREASING EFFECTIVENESS OF SALES SYSTEM
(CASE STUDY AT IMAGERY BAGS & CARRY GOODS)**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Economics

By

Agatha Restinanda Calista Putri

2013130068

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN ACCOUNTING**

Accredited By BAN – PT No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013

BANDUNG

2018

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA AKUNTANSI**



PERSETUJUAN SKRIPSI

**PERAN PENGGUNAAN *USER INTERFACE* DALAM
MENINGKATKAN EFEKTIVITAS SISTEM
PENJUALAN (STUDI KASUS PADA IMAGERY BAGS &
CARRY GOODS)**

Oleh:

Agatha Restinanda Calista Putri

2013130068

Bandung, Januari 2018

Ketua Program Sarjana Akuntansi

(Gery Raphael Lusanjaya, S.E., M.T.)

Pembimbing Skripsi.

(Dr. Paulina Permatasari, M.Ak., CMA., CSRS., CSRA.)

PERNYATAAN



Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Agatha Restinanda Calista Putri
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 11 April 1995
NPM : 2013130068
Program studi : Akuntansi
Jenis naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PERAN PENGGUNAAN *USER INTERFACE* DALAM MENINGKATKAN
EFEKTIVITAS SISTEM PENJUALAN (STUDI KASUS PADA IMAGERY BAGS
& CARRY GOODS)

Yang telah diselesaikan di bawah bimbingan: Dr. Paulina Permatasari, M.Ak., CMA.,
CSRS., CSRA.

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut plagiat (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak manapun.

Pasal 25 Ayat (2) UU.No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : Januari 2018

Pembuat pernyataan :



(Agatha Restinanda Calista Putri)

ABSTRAK

Industri *fashion* sudah tidak dapat ditinggalkan oleh manusia pada zaman yang modern ini. Teknologi yang semakin maju dimanfaatkan oleh banyak perusahaan yang bergerak pada industri *fashion* untuk melakukan penjualan melalui media sosial dan *website*. Dalam melakukan penjualan, tentunya setiap perusahaan mengharapkan adanya sistem penjualan yang berjalan secara efektif. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan efektivitas sistem penjualan adalah dengan memanfaatkan *user interface*. Pemanfaatan *user interface* pada *website* yang baik dapat menjadi cara untuk menarik pelanggan. Selain pada *website*, penggunaan *user interface* juga dapat diterapkan pada sistem perusahaan, terutama pada sistem *database* terkomputerisasi. Imagery Bags & Carry Goods merupakan salah satu perusahaan *fashion* yang dapat memanfaatkan penggunaan *user interface* dalam sistem penjualannya.

User interface juga dapat menjadi solusi untuk memperoleh kenyamanan pengguna. Perusahaan yang telah memanfaatkan penggunaan *user interface* dengan baik akan memiliki kualitas informasi yang lebih terstruktur. Dengan melihat kualitas informasi yang dihasilkan dari pemanfaatan *user interface*, maka hal tersebut akan membantu perusahaan dalam melakukan pengambilan keputusan yang berguna untuk perencanaan ke depan. *User interface* yang sebaiknya digunakan oleh perusahaan harus memerhatikan tiga hal yaitu kriteria penggunaan *user interface*, komponen *user interface*, dan *modes of communication* (untuk sistem *database*) yang telah disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis. Metode ini berguna untuk mengumpulkan data yang menggambarkan karakteristik seseorang, kejadian, atau suatu situasi. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pada Imagery Bags & Carry Goods. Penelitian ini juga menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Observasi dan wawancara adalah data primer, sedangkan studi kepustakaan adalah data sekunder.

Sistem penjualan dan penggunaan *user interface* yang telah diterapkan pada Imagery Bags & Carry Goods sudah baik. Namun, terdapat beberapa fungsi yang belum diterapkan dan terdapat penggunaan yang kurang tepat. Perusahaan dapat menerapkan penggunaan *user interface* pada metode penjualan yang dilakukan melalui *website*, dokumen perusahaan, dan juga sistem *database* perusahaan yang sudah terkomputerisasi. *User interface* yang dapat diterapkan adalah *action language* yang terdiri dari *menu format*, *question-answer format*, dan *input/output structured format*; *display or presentation language* yang terdiri dari *visual design issues* dan *windowing*; *knowledge base* dan *modes of communication* (untuk sistem *database*) yang terdiri dari *mental models*, *metaphors*, *navigation of models* dan *look*. Perusahaan juga sebaiknya memperbaiki sistem penjualan yang ada dengan memberikan tambahan dokumen yaitu dokumen *Picking Ticket*, *Receiving Report*, *Credit Memo*, dan Kontrak Perjanjian Konsinyasi.

Kata kunci: *User Interface*, Efektivitas Sistem Penjualan

ABSTRACT

Fashion industry has become inseparable from modern human life. More and more companies running fashion industry start to utilize the advancing technology to perform sales pitch through social media and websites. Each of them is surely expecting to have effective sales system. One way to improve sales system effectiveness is by implementing user interface. If it is implemented properly, user interface on websites can serve as a tool to attract customers. In addition to website application, user interface can also be implemented within the corporate system, particularly computerized database system. Imagery Bags & Carry Goods is one of fashion companies which implements user interface on its sales system.

User interface can also serve as the best solution to gain customer convenience. Companies implementing user interface properly will have a more structured information quality. By observing information quality gained from the implementation of user interface, companies are provided with a helpful tool in performing decision-making for future planning. Companies should consider three things when implementing user interface, namely criteria of user interface usage, components of user interface, and modes of communication (for database system) which have been adjusted to corporate business requirements.

This research employed descriptive analysis. This method is collecting data by describing characteristics of a person, an event, or a situation. In this case, Imagery Bags & Carry Goods was chosen as research object. This research also combined several data collection techniques. Observation and interview were conducted to generate primary data, whereas literature study was carried out to provide secondary data.

Sales system and user interface utilization implemented by Imagery Bags & Carry Goods have run well. Nevertheless, several functions have not been applied along with some inappropriate usages. The company can implement user interface utilization on sales method performed through websites, corporate documents, as well as computerized corporate database system. The company may apply action language which consists of menu format, question-answer format, and input/output structured format; display or presentation language which consist of visual design issues and windowing; knowledge base and modes of communication (for database system) it can utilize mental models, metaphors, navigation of models, and look. Besides, the company should also revise the prevailing sales system by providing additional documents, namely Picking Ticket, Receiving Report, Credit Memo, and Consignment Agreement Contract.

Key words: User Interface, Sales System Effectiveness

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, rahmat, dan kasih-Nya yang senantiasa menyertai penulis, skripsi yang berjudul “PERAN PENGGUNAAN *USER INTERFACE* DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS SISTEM PENJUALAN (STUDI KASUS PADA IMAGERY BAGS & CARRY GOODS)” ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam upaya memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Universitas Katolik Parahyangan. Proses dalam penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari adanya hambatan yang dialami penulis. Namun, hambatan tersebut dapat teratasi oleh karena bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Maka, dalam kesempatan yang baik ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Orang tua terkasih Papa Fx. Mardjoko. H.S. dan Mama LM. Lina Christiari yang telah memberikan doa, dukungan, perhatian, kasih sayang, pengorbanan, dan segala jenis bantuan lain kepada penulis sampai saat ini.
2. Ibu Dr. Paulina Permatasari, M.Ak., CMA., CSRS., CSRA. selaku dosen pembimbing penulis yang telah memberikan nasihat, kritik, dukungan, pengetahuan, dan pengalaman kepada penulis. Terima kasih juga atas waktu yang telah diluangkan untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Muliawati, S.E., M.Si., Ak. selaku dosen wali penulis yang telah memberikan nasihat, dukungan, dan motivasi pada setiap perwalian sehingga penulis dapat mencapai target pada setiap semester.
4. Ibu Dr. Amelia Setiawan, S.E., M.Ak., Ak., CISA. selaku dosen seminar yang telah membuka pikiran penulis lebih luas pada Akuntansi dan membuat penulis menyukai Akuntansi.
5. Bapak Gery Raphael Lusanjaya, S.E., M.T selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Katolik Parahyangan.
6. Bapak Prof. Dr. Hamfri Djajadikerta, Drs., Ak., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

7. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
8. Bapak dan/atau Ibu dosen penguji skripsi.
9. Seluruh staf administrasi tata usaha dan perpustakaan di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang telah membantu selama proses pembuatan skripsi.
10. Kak Iqra Tanzil selaku pemilik perusahaan Imagery Bags & Carry Goods yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di perusahaannya dan kepada semua pihak dalam perusahaan yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
11. Kakak-kakak penulis, Felicia Giscanindya P.L. dan Gabriella Renatha P.S. yang telah memberikan dukungan hingga selesainya skripsi ini.
12. Katya Prijanka K., Luisa S. Kartika D., Maria Dyah A., Sonya Henny S.E. sebagai sahabat-sahabat tersayang penulis yang selalu mendengarkan, menghibur, memberi dukungan, motivasi, dan kasihnya kepada penulis hingga saat ini.
13. Sahabat dari awal masuk kuliah: Chatherine Melinda, Dea Mutiara, Febrika Ramadhani, Florencia Caroline, dan Maria Mudi yang telah memberikan motivasi, dukungan, dan pengalaman selama berada di perkuliahan.
14. Sahabat-sahabat terberisik dan kolaborasi arisan: Astari Utami, Keisa Nadya, Maria Windia, Nisa Fatia, Rahel Qonita, Rika Nurmaela, Widya Kurnia, terima kasih sudah menghibur di tengah kepenatan penulis dalam mengerjakan skripsi.
15. LISTRA UNPAR, Kepengurusan 2015/2016, Kepengurusan 2014/2015, Wajah Nusantara, dan seluruh isinya yang telah menjadi keluarga kedua bagi penulis dan sebagai pelarian kepenatan penulis semasa kuliah. Terima kasih atas pengalaman, kebahagiaan, inspirasi, kenangan, dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis. Terima kasih juga kepada UNPAR yang telah memfasilitasi LISTRA untuk mempunyai sekre tercinta yang telah menjadi rumah kedua bagi penulis selama empat tahun di kampus.
16. Tim Misi Budaya Polandia Lистра: Keisa, Mitzi, Dhaning, Manda, Inezka, Amel, Ciki, Alvis, Rashta, Kak Bejo, Kak Ferdy, Kak Mpi, Kak Tasya, Kak Icil, Kak Mechtil, Kak Dyah, Kang Ijal dan Kang Otep. Terima kasih atas kesempatan,

kenangan, kepercayaan, dan pengalaman yang telah diberikan kepada penulis untuk bergabung dalam tim ini.

17. Teman-teman seminar penulis yang telah banyak memberikan banyak inspirasi: Ari, Carmel, Dyar, Fulki, Tari, Reza, Shintia, dan Bang Ilyas.
18. Febrika Ramadhani, Keisa Nadya, Maria Mudi, Rahel Qonita, selaku teman seperjuangan skripsi, terima kasih atas pemberian semangat, motivasi, dan dukungan selama proses pembuatan skripsi ini.
19. Patrick Naomi dan Nathaniel Sugianto sebagai teman yang sudah mau direpotkan dengan berbagai pertanyaan skripsi hingga selesainya skripsi ini, terima kasih banyak.
20. Astari Utami sebagai teman sekelas dan seperjuangan selama seminar, skripsi, sampai hari sidang. Terima kasih telah menemani dan telah menyempatkan waktu untuk bertukar pikiran seputar skripsi.
21. Teman-teman akuntansi 2013 yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas pengalaman yang telah diberikan selama ini.
22. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, terima kasih atas segala dukungan yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini memiliki banyak kekurangan karena keterbatasan dari segi pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dari pihak pembaca. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi setiap pembaca dan pihak yang membutuhkan serta dapat menjadi referensi dalam bidang ilmu pengetahuan.

Bandung, Januari 2018

(Agatha Restinanda Calista Putri)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.5. Kerangka Pemikiran	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Sistem Informasi	7
2.2. Sistem Informasi Akuntansi	9
2.3. <i>Decision Support Systems (DSS)</i>	11
2.3.1. <i>Data Management</i>	11
2.3.2. <i>Model Management</i>	12
2.3.3. <i>Knowledge Management and Organizational Knowledge Base</i>	13
2.4. <i>User Interface</i>	13
2.4.1. Kriteria Penggunaan <i>User Interface</i>	13
2.4.2. Komponen <i>User Interface</i>	15
2.4.2.1. <i>Action Language</i>	15
2.4.2.2. <i>Display or Presentation Language</i>	17
2.4.2.3. <i>Knowledge Base</i>	20
2.4.3. <i>Modes of Communication</i>	20
2.5. Perancangan <i>Website</i>	21
2.6. Sistem Penjualan	25
2.7. Aktivitas dan Dokumen pada Siklus Pendapatan	25

2.7.1. <i>Inquiry (optional)</i>	26
2.7.2. <i>Contract Creation (optional)</i>	26
2.7.3. <i>Sales Order Entry</i>	26
2.7.4. <i>Shipping</i>	28
2.7.5. <i>Billing</i>	29
2.7.6. <i>Cash Collection</i>	30
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	32
3.1. Metode Penelitian	32
3.1.1. Variabel Penelitian	32
3.1.2. Sumber Data Penelitian	33
3.1.3. Teknik Pengumpulan Data	34
3.2. Objek Penelitian.....	35
3.2.1. Profil Perusahaan.....	35
3.2.2. Struktur Organisasi.....	36
3.2.3. Deskripsi Pekerjaan	37
3.2.4. Aktivitas Operasi Imagery Bags & Carry Goods	40
3.2.4.1. Aktivitas Pembelian	40
3.2.4.2. Aktivitas Produksi.....	40
3.2.4.3. Aktivitas Penjualan	41
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Gambaran Umum Sistem Penjualan Imagery Bags & Carry Goods	42
4.1.1. <i>Website</i>	42
4.1.1.1. Tampilan Informasi Penjualan Melalui <i>Website</i>	42
4.1.1.2. Aktivitas Penjualan Melalui <i>Website</i>	43
4.1.2. Media Sosial	46
4.1.2.1. Tampilan Informasi Penjualan Melalui Media Sosial ..	46
4.1.2.2. Aktivitas Penjualan Melalui Media Sosial.....	47
4.1.3. Pendekatan kepada Distributor Potensial	48
4.1.3.1. Tampilan Informasi Penjualan dengan Pendekatan kepada Distributor Potensial	48
4.1.3.2. Aktivitas Penjualan dengan Pendekatan kepada Distributor Potensial	48
4.1.4. Partisipan dalam Suatu Acara.....	52

4.1.4.1.	Tampilan Informasi Penjualan sebagai Partisipan dalam Suatu Acara	52
4.1.4.2.	Aktivitas Penjualan sebagai Partisipan dalam Suatu Acara	53
4.2.	Penggunaan <i>User Interface</i> pada Sistem Penjualan Imagery Bags & Carry Goods	55
4.2.1.	<i>User Interface</i> pada <i>Website</i> Perusahaan	55
4.2.1.1.	Analisis <i>Action Language</i> pada <i>Website</i>	55
4.2.1.2.	Analisis <i>Display or Presentation Language</i> pada <i>Website</i>	56
4.2.1.3.	Analisis <i>Knowledge Base</i> pada <i>Website</i>	58
4.2.2.	<i>User Interface</i> pada Dokumen Perusahaan	60
4.2.2.1.	Analisis <i>Action Language</i> pada Dokumen Perusahaan	61
4.2.2.2.	Analisis <i>Display or Presentation Language</i> pada Dokumen Perusahaan	61
4.2.2.3.	Analisis <i>Knowledge Base</i> pada Dokumen Perusahaan	61
4.3.	Analisis <i>User Interface</i> dalam Meningkatkan Efektivitas Sistem Penjualan	62
4.3.1.	Rekomendasi atas Sistem Penjualan Imagery Bags & Carry Goods	62
4.3.1.1.	Aktivitas Penjualan Melalui <i>Website</i>	63
4.3.1.2.	Aktivitas Penjualan Melalui Media Sosial	66
4.3.1.3.	Aktivitas Penjualan dengan Pendekatan kepada Distributor Potensial	67
4.3.1.4.	Aktivitas Penjualan sebagai Partisipan dalam Suatu Acara	70
4.3.2.	Rekomendasi <i>User Interface</i> pada <i>Website</i> Perusahaan	71
4.3.2.1.	Rekomendasi Penambahan <i>User Interface</i> pada <i>Website</i>	72
4.3.2.2.	Rekomendasi Perubahan Penggunaan <i>User Interface</i> pada <i>Website</i>	77
4.3.3.	Rekomendasi <i>User Interface</i> pada Dokumen Perusahaan	80
4.3.3.1.	Analisis <i>Design or Presentation Language</i>	

pada Dokumen Perusahaan	81
4.3.3.2. Analisis <i>Knowledge Base</i> pada Dokumen Perusahaan .	81
4.3.4. Rekomendasi <i>User Interface</i> pada Sistem <i>Database</i>	
Perusahaan	90
4.3.4.1. Analisis <i>Action Language</i> pada Sistem	
<i>Database</i> Perusahaan	90
4.3.4.2. Analisis <i>Display or Presentation Language</i> pada	
Sistem <i>Database</i> Perusahaan	92
4.3.4.3. Analisis <i>Knowledge Base</i> pada Sistem	
<i>Database</i> Perusahaan	92
4.3.4.4. Analisis <i>Modes of Communication</i> pada Sistem	
<i>Database</i> Perusahaan	94
4.4. Peran Penggunaan <i>User Interface</i> dalam Meningkatkan	
Efektivitas Sistem Penjualan pada Imagery Bags & Carry Goods	95
4.4.1. Komponen <i>User Interface</i>	95
4.4.2. <i>Modes of Communication</i>	97
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	100
5.1. Kesimpulan	100
5.2. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Elemen-elemen <i>Visul Metahpor</i>	22
Tabel 4.1. Informasi dalam Konten	59
Tabel 4.2. Rekomendasi Informasi dalam Konten.....	74
Tabel 4.3. Rangkuman Perbandingan Analisis <i>User Interface</i> pada <i>Website</i>	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. <i>Types of Information Systems</i>	9
Gambar 3.1. Hubungan Antar Variabel	32
Gambar 3.2. Struktur Organisasi Imagery Bags & Carry Goods.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Tampilan Informasi mengenai Metode Penjualan Perusahaan
- Lampiran 2 Dokumen Perusahaan
- Lampiran 3 Tampilan *User Interface* yang Digunakan pada *Website* Perusahaan
- Lampiran 4 *Flowchart* Sistem Penjualan yang Diterapkan Perusahaan
- Lampiran 5 Rekomendasi *Flowchart* Sistem Penjualan Perusahaan
- Lampiran 6 Rekomendasi *User Interface* pada *Website* Perusahaan
- Lampiran 7 Rekomendasi *User Interface* pada Dokumen Perusahaan
- Lampiran 8 Rekomendasi *User Interface* pada Sistem *Database* Perusahaan

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Industri *fashion* sudah tidak dapat ditinggalkan oleh manusia pada zaman yang modern ini. Tidak sebatas busana pakaian saja, industri *fashion* juga dilengkapi dengan barang pendukung seperti dompet, tas, sepatu, dan aksesoris lainnya yang sangat bervariasi. *Fashion* dianggap sebagai sarana bagi seseorang untuk mengekspresikan diri, sehingga seringkali orang beranggapan bahwa karakter seseorang dapat dilihat dari cara ia mengaplikasikan *fashion* dalam dirinya. Jika dilihat dari sisi ekonomi, industri *fashion* dapat memberikan penghasilan yang tinggi karena memiliki pasar lokal maupun internasional yang besar. Industri *fashion* juga dapat membuka lapangan pekerjaan bagi banyak orang oleh karena pasar yang besar tersebut. Puluhan tren *fashion*, baik *fashion* pria maupun wanita lahir setiap tahunnya untuk mewarnai industri ini. Ada yang mengulang masa lalu, ada yang melihat prediksi tren masa depan, dan ada juga yang menciptakan tren sendiri.

Teknologi yang semakin maju dimanfaatkan oleh banyak perusahaan dan banyak orang terutama di industri *fashion* untuk membuka peluang usaha melalui internet. Internet digunakan oleh perusahaan *fashion* sebagai sarana penjualan melalui media sosial atau melalui *website* yang sengaja dibuat untuk menjual produk perusahaan. *Website* yang dibuat juga tentunya memiliki tujuan untuk mempermudah pelanggan agar dapat melakukan pembelian barang dengan lebih mudah dan bagi perusahaan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Sekarang ini, sudah banyak perusahaan *fashion* yang menggunakan *website* sebagai media penjualannya, contohnya adalah Zalora, BerryBenka, 8wood, dan masih banyak lagi. Langkah perusahaan-perusahaan ini pun akhirnya diikuti oleh banyak perusahaan *fashion* di Indonesia termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Salah satu cara yang dapat digunakan oleh UMKM yang bergerak pada industri *fashion* untuk menarik pelanggan melalui *website* adalah dengan memanfaatkan *user interface*. Pemanfaatan *user interface* dalam *website* yang baik

dengan mempertimbangkan spesifikasi yang tepat dapat menjadi salah satu alat untuk melakukan pemasaran dan dapat memberikan gambaran secara lebih baik mengenai perusahaan kepada pelanggan. Suatu perusahaan *fashion* juga dapat memanfaatkan penggunaan *user interface* untuk diterapkan pada sistem perusahaan, terutama pada sistem *database* terkomputerisasi yang berjalan dalam perusahaan. Bagi perusahaan yang memanfaatkan *user interface* dalam sistemnya, *user interface* ini akan berguna untuk meningkatkan efektivitas perusahaan. Hal ini menjadi penting digunakan apabila sistem yang berjalan dalam perusahaan tidak berjalan dengan baik, contohnya perusahaan yang kesulitan menangani peningkatan penjualan menggunakan sistem penjualan yang dimiliki. Dengan demikian, perusahaan perlu memikirkan cara yang paling tepat demi pencapaian tujuan yang benar-benar efektif dan tidak menghambat perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai peran penggunaan *user interface* pada Imagery Bags & Carry Goods yang bergerak pada industri *fashion*.

1.2. Rumusan Masalah

Setiap perusahaan pasti ingin dinilai memiliki kualitas yang baik oleh pelanggan demi memiliki kelangsungan hidup jangka panjang yang baik. Dalam menjamin keadaan tersebut, maka perusahaan perlu menerapkan sistem yang paling tepat dalam perusahaan. Berdasarkan penjelasan singkat dan uraian latar belakang di atas, berikut ini dikemukakan pokok-pokok permasalahan yang muncul terkait penelitian yang dilakukan:

1. Bagaimana sistem penjualan yang telah diterapkan pada Imagery Bags & Carry Goods?
2. Bagaimana penggunaan *user interface* yang telah diterapkan pada sistem penjualan Imagery Bags & Carry Goods?
3. Bagaimana cara menerapkan *user interface* yang dapat meningkatkan efektivitas sistem penjualan?
4. Bagaimana peran penggunaan *user interface* dalam meningkatkan efektivitas sistem penjualan pada Imagery Bags & Carry Goods?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan pada rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui sistem penjualan yang telah diterapkan pada Imagery Bags & Carry Goods.
2. Mengetahui penggunaan *user interface* yang telah diterapkan pada sistem penjualan Imagery Bags & Carry Goods.
3. Menjelaskan dan mengidentifikasi cara menerapkan *user interface* yang dapat meningkatkan efektivitas sistem penjualan.
4. Menjelaskan peran penggunaan *user interface* dalam meningkatkan efektivitas sistem penjualan pada Imagery Bags & Carry Goods.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan untuk dapat diterapkan dalam perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat mengatasi kesulitan dalam mengatur sistem terutama sistem penjualan yang sebelumnya bermasalah dengan cara memanfaatkan *user interface* yang tepat, baik dalam *website* maupun dalam sistem *database* terkomputerisasi pada aktivitas penjualan yang telah penulis rekomendasikan.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini digunakan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan pengetahuan yang lebih mendalam bagi penulis mengenai perancangan sistem yang baik menggunakan spesifikasi *user interface* yang tepat dan mengetahui lebih dalam mengenai aktivitas penjualan.

3. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi masyarakat yang ingin memanfaatkan *user interface* secara maksimal di dalam perusahaan sejenis.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan lebih bagi masyarakat terkait dengan *user interface* dalam mendukung sistem penjualan perusahaan dan menarik minat masyarakat untuk mencari informasi lebih lengkap agar dapat mengembangkan penelitian ini secara lebih mendalam.

1.5. Kerangka Pemikiran

Sistem informasi sangat dibutuhkan untuk keberlangsungan perusahaan. Sistem informasi merupakan gabungan dari manusia, *hardware*, *software*, jaringan komunikasi, sumber data, kebijakan, dan prosedur yang dapat menyimpan, mengambil, mengubah, dan menyebarkan informasi dalam suatu organisasi. Terdapat dua tipe sistem informasi yaitu *operations support systems* dan *management support systems*. *Management support systems* terbagi ke dalam empat bagian, *management information systems*, *decision support systems*, *executive information systems*, dan *specialized processing systems* (O'brien & Marakas, 2011:47). *User interface* merupakan salah satu komponen dalam *Decision Support System (DSS)* yang digunakan sebagai fasilitas antar muka dan mencakup cara pengguna untuk berinteraksi dengan komputer, tidak hanya dari segi *hardware* dan *software* saja, tapi juga dari segi kemudahan manusia berinteraksi dengan komputer tersebut (Turban, Aronson, & Liang, 2005:119).

Pada umumnya suatu perusahaan pasti akan berusaha menerapkan sistem yang nyaman dan dapat dikendalikan dengan mudah oleh perusahaan. Namun, perusahaan bisa saja memperbaharui sistem yang telah diterapkan sebelumnya dengan sistem baru oleh karena kebutuhan dan demi peningkatan efektivitas perusahaan. Imagery Bags & Carry Goods adalah salah satu perusahaan yang sebaiknya memperbaharui sistem yang sudah ada karena perusahaan berencana melakukan ekspansi, namun terhambat karena belum mengetahui cara yang paling tepat agar dapat memanfaatkan teknologi secara maksimal. Imagery Bags & Carry Goods ini memfokuskan usahanya pada memproduksi *fashion* pria seperti tas dan aksesoris. Perusahaan ingin melakukan ekspansi karena permintaan penjualan telah meningkat secara terus-menerus dan perusahaan merasa harus meningkatkan sumber daya yang ada di dalam perusahaan untuk mengimbangnya. Penjualan yang meningkat tentunya

sangat berdampak positif bagi perusahaan karena hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan telah berkembang. Peningkatan penjualan ini dapat disebabkan oleh pemasaran yang berjalan dengan baik, harga dan kualitas yang terjamin oleh perusahaan sehingga pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan, dan juga karena *brand image* yang sudah diterima dengan baik oleh masyarakat.

Selama ini perusahaan menerapkan dua metode penjualan yang terdiri dari metode penjualan utama dan metode penjualan opsional. Metode penjualan utama yaitu melalui *website*, media sosial, dan penitipan barang kepada distributor terpilih, sedangkan metode penjualan opsional yaitu sebagai partisipan dalam suatu acara atau sebagai penyedia sponsor. Adanya metode penjualan yang berbeda dan permintaan yang meningkat, ternyata menimbulkan adanya masalah karena perusahaan menjadi kesulitan dalam mengatur aktivitas penjualan agar berjalan secara cepat dan tepat. Sistem penyimpanan data perusahaan yang masih manual juga menjadi penyebab perusahaan sulit mengatur aktivitas penjualan karena tidak tersip dengan baik. Sistem yang kurang baik tersebut dapat menyebabkan penyampaian informasi yang menjadi tidak lengkap. Pada metode penjualan melalui *website*, *website* yang dibuat oleh perusahaan memang digunakan untuk melakukan penjualan kepada pelanggan, namun belum terintegrasi pada *database* penjualan perusahaan. Salah satu penyebabnya adalah perusahaan belum memanfaatkan *user interface* secara maksimal pada sistem yang dimiliki. Namun, banyaknya alternatif dalam melakukan penjualan ini juga dapat menjadi faktor meningkatnya penjualan karena pelanggan menjadi dimudahkan dalam melakukan pembelian dimana pun dan kapan pun.

Masalah yang telah diuraikan di atas diantaranya dapat diatasi dengan mengganti sistem manual yang telah berlaku sebelumnya menjadi sistem terkomputerisasi dengan memaksimalkan penggunaan *user interface* terutama pada aktivitas penjualan perusahaan. Metode penjualan melalui *website* dapat diintegrasikan langsung ke dalam sistem *database* yang terkomputerisasi, sedangkan metode penjualan melalui media sosial maupun melalui distributor dapat diinput dengan memanfaatkan *user interface* pada *database* perusahaan tersebut. Apabila sistem perusahaan telah memanfaatkan penggunaan *user interface* dengan baik, maka penyampaian dan kualitas informasi dalam perusahaan dapat menjadi lebih terstruktur dan terekam dengan baik dalam *database*. Dengan melihat kualitas informasi yang

dihasilkan dari pemanfaatan *user interface*, maka hal tersebut akan membantu perusahaan dalam melakukan pengambilan keputusan yang berguna untuk perencanaan ke depan. Selain bermanfaat bagi perusahaan, kualitas informasi yang didapat dari *user interface* juga bermanfaat dalam membantu pengambilan keputusan bagi pelanggan dalam menentukan barang yang ingin dipilih untuk dibeli. *User interface* juga dapat memberikan *feedback* kepada pengguna untuk mengurangi kesalahan yang mungkin terjadi dalam melakukan penjualan.

User interface yang akan digunakan oleh perusahaan harus memerhatikan tiga hal yaitu kriteria penggunaan *user interface*, komponen *user interface*, dan *modes of communication* (untuk sistem *database*) yang telah disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan (Sauter, 2010:223). Manfaat dalam menggunakan *user interface* adalah pengguna dapat dengan mudah mengakses *database*; membantu pengguna dengan memberikan notifikasi (*feedback*) yang fleksibel; menyimpan data *input* dan *output*; mempresentasikan data dengan berbagai format; menyediakan pemberian warna, grafik tiga dimensi, dan data yang telah diproyeksikan; mengakomodasi pengguna dengan berbagai perangkat *input*; memiliki beberapa *windows* yang memungkinkan beberapa fungsi ditampilkan secara bersamaan; dapat membimbing pengguna melalui proses permodelan (pemberian contoh); menangkap, menyimpan, dan menganalisis penggunaan sistem pada suatu waktu; serta membantu komunikasi antar pengguna (Turban, Aronson, & Liang, 2005:121).

Perusahaan yang telah menerapkan sistem penjualan dengan menggunakan *user interface* dengan spesifikasi yang benar, akan berdampak pada sistem yang berjalan lebih efektif dan akan mendukung rencana ekspansi apabila ingin dilakukan. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian mengenai penggunaan *user interface* yang diberi judul “**PERAN PENGGUNAAN USER INTERFACE DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS SISTEM PENJUALAN (Studi Kasus pada Imagery Bags & Carry Goods)**”.