

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Sistem Informasi

Menurut Sutabri (2004:3) sistem adalah suatu kumpulan atau himpunan dari unsur, komponen atau variabel-variabel yang terorganisasi, saling berinteraksi, saling tergantung satu sama lain dan terpadu. “Sistem informasi adalah sekumpulan komponen pembentuk sistem yang mempunyai keterkaitan antara satu komponen dengan komponen lainnya yang bertujuan menghasilkan suatu informasi dalam suatu bidang tertentu. Dalam sistem informasi diperlukannya klasifikasi alur informasi, hal ini disebabkan keanekaragaman kebutuhan akan suatu informasi oleh pengguna informasi. Kriteria dari sistem informasi antara lain, fleksibel, efektif dan efisien”.

Menurut Sutabri (2004:36) sistem informasi terdiri dari komponen-komponen yang saling berinteraksi yaitu:

- a. Komponen masukan, yaitu data yang masuk ke dalam sistem informasi yang dapat berupa dokumen-dokumen dasar.
- b. Komponen model, yaitu komponen yang terdiri dari kombinasi prosedur, logika dan model matematik yang akan memanipulasi data input dan data yang tersimpan di basis data dengan cara yang sudah ditentukan untuk menghasilkan keluaran yang diinginkan.
- c. Komponen keluaran, yaitu komponen yang merupakan informasi yang berkualitas dan dokumentasi yang berguna.

- d. Komponen teknologi, yaitu komponen yang digunakan untuk menerima input, menjalankan model, menyimpan dan mengakses data, menghasilkan dan mengirimkan keluaran dan membantu pengendalian sistem secara keseluruhan. Komponen ini terbagi menjadi tiga bagian yaitu teknisi, perangkat lunak dan perangkat keras.
- e. Komponen basis data, merupakan kumpulan data yang saling berkaitan dan berhubungan antara satu dengan lainnya. Basis data tersimpan dalam perangkat keras komputer dan perangkat lunak untuk memanipulasinya.

Data dalam basis data perlu diorganisasikan sedemikian rupa dan digunakan untuk keperluan penyediaan informasi.

2.2 Penjualan

Menurut Kotler (2006:457) Penjualan merupakan sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan penjualan dipenuhi, melalui pertukaran informasi dan kepentingan. Jadi konsep penjualan adalah cara untuk mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Sedangkan menurut Jobber (2006:78) 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.

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 ditunjukkan untuk meningkatkan penjualan barang tertentu. Aktivitas penjualan meliputi:

- a. Mencari pembeli
- b. Mendorong timbulnya permintaan
- c. Memberi informasi
- d. Merundingkan harga dan syarat-syarat penjualan
- e. Memindahkan hak milik

2.2.1 Tahap-Tahap Penjualan

Tahapan-tahapan untuk meningkatkan penjualan adalah sebagai berikut:

- a. Persiapan sebelum penjualan.

Kegiatan ini dilakukan untuk mempersiapkan pengertian tentang barang yang dijualnya. Selain itu mereka juga lebih dulu mengetahui kemungkinan tentang motivasi dan perilaku dalam segmen pasar yang dituju

- b. Menentukan lokasi pembeli potensial

Penentuan calon pembeli beserta karakteristiknya

- c. Pendekatan pendahuluan

Mengetahui produk dan bagaimana pembeli dapat tertarik dengan produk tersebut

- d. Melakukan penjualan

Penjualan dilakukan dimulai dari suatu usaha untuk memikat calon pembeli. Jika minat pembeli dapat diikuti, maka penjual dapat mengarahkan penjualan.

- e. Pelayanan purna jual

Pelayanan yang dilakukan setelah pembelian barang, yaitu pemberian garansi, pengantaran barang kerumah tanpa ongkos kirim.

2.2.2 Retur Penjualan

Menurut Soemarso (2004:79) barang dagang yang dijual mungkin dikembalikan oleh pelanggan atau oleh karena kerusakan atau alasan-alasan lain. Pelanggan diberi potongan harga (pengurangan harga atau *sales allowance*). Apabila penjualan retur atau pengurangan harga dihubungkan dengan penjualan kredit, penjual akan mengirimkan nota kredit. Nota ini menerangkan jumlah yang dikurangkan dari akun pelanggan serta alasan yang menyertainya. Efek dari penjualan retur atau pengurangan harga adalah berkurangnya penjualan dan berkurangnya uang kas atau piutang dagang.

2.3 Pembelian

Menurut Manulang (1982:201) pembelian didefinisikan sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan atas barang atau jasa yang diperlukan oleh perusahaan dan dapat diterima tepat pada waktunya dengan mutu yang sesuai serta harga yang menguntungkan. Pembelian terjadi untuk memenuhi kebutuhan dan pemenuhan kebutuhan tersebut ada dua macam, yaitu untuk dikonsumsi dan untuk dijual kembali. Menurut sifatnya, pembelian dibagi dalam tiga macam pembelian, yaitu:

a. *Hand-To-Mouth Buying* (Pembelian yang Teratur)

Yaitu pembelian yang didasarkan atas besarnya kebutuhan sekarang. Maksudnya adalah untuk mencegah kerugian/keburukan yang diakibatkan oleh adanya persediaan bahan yang berlebih di gudang dan penggunaan modal dapat digunakan dengan sebaik-baiknya.

b. *Speculative Purchasing* (Pembelian Spekulatif)

Yaitu pembelian yang tidak didasarkan karena perlunya bahan itu dipergunakan dalam proses produksi sekarang, tetapi didasarkan karena

suatu motif untuk mendapatkan keuntungan akan naiknya harga bahan pada waktu yang akan datang.

c. *Forward Buying* (Pembelian Sebelumnya)

Yaitu pembelian untuk memenuhi tersedianya bahan mentah secara berkala agar perusahaan tidak sampai terganggu aktivitasnya karena tidak tersedianya bahan baku pada waktunya.

2.4 SMS

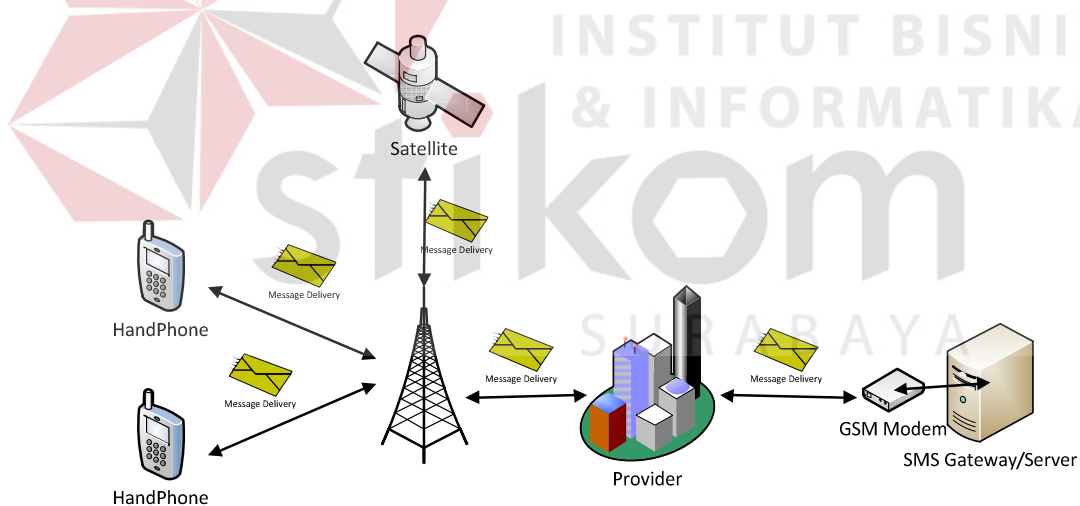
Menurut Rozidi (2004:1) *Short Message Service* (SMS) merupakan sebuah layanan yang banyak diaplikasikan pada sistem komunikasi tanpa kabel. SMS memungkinkan dilakukannya pengiriman pesan dalam bentuk alphanumerik antar terminal pelanggan atau antara terminal pelanggan dengan sistem eksternal seperti *email*, *paging*, *voice mail*, dan lain-lain. Isu SMS pertama kali muncul di belahan Eropa pada sekitar tahun 1991 bersama sebuah teknologi komunikasi *wireless* yang saat ini cukup banyak penggunaannya, yaitu *Global System for Mobile communication* (GSM). Perkembangannya kemudian merambah ke benua Amerika, dipelopori oleh beberapa operator komunikasi bergerak berbasis digital seperti BellSouth Mobility, PrimeCo, Nextel, dan beberapa operator lain. Teknologi digital yang digunakan bervariasi dari yang berbasis GSM, *Time Division Multiple Access* (TDMA), hingga *Code Division Multiple Access* (CDMA).

SMS menjadi fenomena tersendiri. Dalam waktu yang cukup singkat, tingkat pertumbuhan SMS sangat tinggi tanpa ada penurunan tarif yang berarti. Tarifnya bahkan dapat dikatakan mengambil posisi *steady state*. Fakta lainnya

adalah fasilitas SMS dalam ponsel ternyata punya andil yang cukup besar dalam menarik kaum muda masuk ke dalamnya.

2.4.1 SMS Gateway

Menurut Ardana (2004:35) *SMS Gateway* merupakan suatu alat yang fungsinya sebagai sebuah penghubung atau jembatan antara aplikasi atau sistem dengan *mobile phone*. Pesan-pesan SMS dikirim dari sebuah telepon genggam ke pusat pesan yaitu *Short Message Service Centre (SMSC)*, disini pesan disimpan dan dikirim selama beberapa kali. Setelah sebuah waktu yang telah ditentukan, biasanya satu atau dua hari, lalu pesan dihapus. Seorang pengguna bisa mendapatkan konfirmasi dari pusat pesan ini. Skema pengiriman SMS dapat dilihat pada gambar 2.1.



Gambar 2.1. Skema Pengiriman SMS

Setiap *provider* yang saat ini berdiri memiliki SMSC dan program *SMS Gateway* yang berbeda, tetapi teknik pengiriman SMS semua provider sama. Pada pengiriman SMS data yang mengalir dari handphone ke provider atau dari provider ke handphone harus berbentuk *Protocol Data Unit (PDU)*. PDU berisi

bilangan-bilangan heksadesimal yang mencerminkan bahasa *Input/Output (I/O)*. PDU terdiri atas beberapa *header*. *Header* untuk mengirim SMS ke SMSC berbeda dengan SMS yang diterima dari SMSC. Maksud dari bilangan heksadesimal adalah bilangan yang terdiri atas 0,1,2,3,4,5,6,7,8,9,A,B,C,D,E,F. sebagai contoh untuk angka desimal 1000, bilangan heksadesimalnya adalah E83.

Cara melakukan konversinya adalah sebagai berikut :

$$\begin{array}{rcl} 1000 : 16 & = 62 & \text{ sisa } 8 = 8 \\ 62 : 16 & = 3 & \text{ sisa } 14 = E \\ 3 : 16 & = 0 & \text{ sisa } 3 = 3 \end{array}$$

