

Sistem Informasi Penjualan, Pembelian Dan Jasa Grooming Pada Meow Petshop

Fitriyah Yuliani¹, Muhammad Bukhori², Rifki Hanif³, Ahmad Nizar Yogatama^{4*}

¹⁻⁴Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

*Korespondensi

E-mail: nizaryogatama@asia.ac.id

Riwayat Artikel:

Dikirim: 1-8-2022

Direvisi: 2-8-2022

Diterima: 2-8-2022

Abstrak: *Dr. Meow Petshop adalah salah satu bisnis yang berada di bawah payung "usaha kecil dan menengah", yang mengacu pada bisnis dengan karyawan kurang dari 500 dan yang terlibat dalam bisnis penjualan peralatan dan makanan hewan. Tidak ada bukti transaksi untuk pelanggan, tidak ada bukti pengambilan kucing yang sudah melalui proses grooming, pengolahan data masih belum terkomputerisasi, pembuatan laporan penjualan dan pembelian hanya menggunakan catatan rekam untuk laporan, dan jumlah hewan peliharaan yang dapat dipelihara dalam satu hari dibatasi hingga 20. Jumlah hewan peliharaan yang dapat dirawat dalam satu hari dibatasi hingga 20. Sistem informasi yang dapat membantu pembukuan, pengolahan data, pencatatan dan laporan transaksi, serta penggabungan komponen yang belum terkomputerisasi menjadi satu sistem, serta fungsi penjaminan dari berbagai bagian, hingga sistem yang dapat digunakan untuk meningkatkan layanan penjualan, produk dan layanan yang diberikan oleh Dr. Meow Petshop adalah solusi yang ditawarkan. Hal ini dapat dicapai dengan merancang sebuah sistem informasi yang membantu pengolahan data sehingga pengelolaan bisnis di Dr. Meow Petshop bisa lebih efektif dan efisien*

Kata Kunci:

Grooming, Bisnis Grooming, Sistem Informasi

Pendahuluan

Saat ini, kemajuan teknologi terjadi dengan kecepatan kilat (Asmi et al., 2018; Nugroho et al., 2021). Kemajuan teknologi hampir mungkin mencakup interaksi dengan komputer (Gabriella, 2005; Nur'aeni et al., 2021; Sari et al., 2020; Syafariani, 2012). Komputer juga merupakan alat komunikasi yang dibutuhkan setiap manusia, dan peran teknologi informasi telah menjadi bagian penting dalam meningkatkan produktivitas atau kemampuan dan kualitas suatu perusahaan, baik skala kecil maupun besar, yang digunakan untuk mengolah data, baik yang digunakan dalam sistem yang belum terkomputerisasi maupun dengan menggunakan sistem yang terkomputerisasi. Hal ini dikarenakan komputer merupakan alat komunikasi yang

sangat dibutuhkan oleh setiap manusia (Asmi et al., 2018; Nugroho et al., 2021; Yusriyanah, 2019). Mengingat semakin banyaknya pelaku usaha yang saling bersaing, maka sangat penting bahwa sumber informasi sebagai masukan bagi pengambil kebijakan harus akurat, cepat, dan akurat. Tentunya teknologi informasi mampu menjawab dan menjembatani kebutuhan dasar sumber input informasi untuk diolah menjadi bahan pertimbangan, sehingga dapat diharapkan output yang maksimal (Nugroho et al., 2021; Sari et al., 2020; Setyowibowo & Mumpuni, 2016).

Kemajuan teknologi hampir mungkin mencakup interaksi dengan komputer. Komputer juga merupakan alat komunikasi yang dibutuhkan setiap manusia, dan fungsi teknologi informasi telah menjadi komponen vital dalam proses peningkatan produktivitas atau kemampuan dan kualitas suatu bisnis, baik perusahaan besar maupun kecil. dunia kerja (Defrianda, 2020; Nadjamuddin, 2014; Ridwan, 2020). Mahasiswa akan berpartisipasi dalam praktik kerja lapangan ini, yang merupakan kegiatan langsung dengan tujuan memperoleh pengalaman dari kegiatan tersebut. Dr. Meow Petshop menjadi lokasi praktek kerja lapangan yang dilaksanakan. Permasalahan yang sering muncul di Dr. Meow Petshop sebagai salah satu perusahaan yang termasuk dalam kategori usaha kecil dan menengah yang bergerak di bidang penjualan peralatan dan makanan hewan, penerapan praktik kerja lapangan dilakukan adalah tidak ada bukti transaksi bagi pelanggan, seperti bukti penjualan barang atau bukti pembelian barang, dan tidak ada bukti pengambilan kucing yang telah melalui proses grooming (Pratama, 2021; Rachmaniar & Rokayah, 2020; Septiyanti, 2018; Sumantri, 2021). Permasalahan lainnya adalah masalah pengolahan data yang masih belum terkomputerisasi. Masalah ini disebabkan oleh keterbatasan pegawai dan tidak adanya pembuatan laporan penjualan dan pembelian karena Dr. Meow Petshop hanya menggunakan catatan rekam untuk laporan. Masalah lainnya adalah terbatasnya transaksi per hari yang mengakibatkan jumlah hewan peliharaan yang dapat dirawat dalam satu hari dibatasi hingga 20. Terkait dengan pemecahan masalah yang terjadi di Dr. Meow Petshop maka solusi yang ditawarkan adalah dengan perancangan sistem informasi yang dapat membantu pembukuan, pengolahan data, catatan dan laporan transaksi, dan penggabungan komponen-komponen yang masih belum terkomputerisasi menjadi satu sistem, serta fungsi penjaminan dari bagian-bagian yang berbeda, hingga sistem yang dapat digunakan untuk meningkatkan pelayanan penjualan, produk dan layanan yang disediakan oleh Dr. Meow Petshop.

Metode

Kegiatan Praktek Kerja Lapangan ini dilaksanakan di Dr. Meow Petshop yang beralamat di jalan selatan gg 8 perumahan janti breanland sawojajar Malang. Pelaksanaan kegiatan praktik kerja lapangan ini dilaksanakan melalui beberapa tahap yang bisa dilihat pada Gambar 1. Dr. Meow Petshop adalah salah satu dari

jenis bisnis yang bergerak dengan bidang usaha jual makanan dan aksesoris hewan peliharaan, serta penyedia jasa klinik kesehatan, penginapan hotel, dan salon kecantikan bagi hewan peliharaan. Dr. Meow Petshop telah berdiri 2 tahun sejak tanggal 20 Januari 2019 yang berlokasi di jln selatan gg 8 perumahan janti breanland, sawojajar, Malang. Toko klinik hewan peliharaan ini selalu ramai pembeli dan sangat nyaman untuk dikunjungi oleh para pembeli. Produk yang dijual sangat beraneka ragam seperti makanan hewan, keperluan hingga aksesoris hewan peliharaan bertempat di lantai 1 toko. Sedangkan lantai 2 toko merupakan tempat praktik klinik dokter hewan, tempat penginapan, serta tempat salon kecantikan hewan peliharaan.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan

Dr. Meow Petshop melaksanakan aktivitas operasionalnya setiap hari dimulai pada pukul 09.00 WIB hingga pada pukul 20.00 WIB. Untuk dokter, praktik setiap hari sabtu hingga kamis jam 09.00 – 15.00 WIB dan libur setiap hari jumat dan tanggal merah kalender. Kegiatan operasional biasanya diawali dari para karyawan mempersiapkan seluruh perlengkapan yang diperlukan, membersihkan meja kerja, memberi makan hewan titipan. Setelah itu, karyawan sesuai dengan pembagian kerja melakukan pekerjaan masing-masing seperti melayani pembeli yang datang untuk membeli makanan ataupun aksesoris hewan, melayani pelanggan yang ingin merawat, menitipkan dan membersihkan hewan peliharaan pelanggan.

Dokter juga melakukan pengecekan terhadap hewan peliharaan yang sedang dalam masa perawatan dan bersiap juga untuk melakukan perawatan ataupun tindakan operasi bagi hewan peliharaan pelanggan lainnya. Apabila dokter merasa hewan yang masih dalam perawatan perlu untuk dibersihkan, maka dokter akan meminta karyawan untuk membersihkan hewan tersebut. Dokter akan menurunkan nota pembayaran apabila hewan telah selesai dirawat dan siap untuk dibawa pulang, kemudian karyawan menghubungi pemilik hewan peliharaan tersebut agar bisa dibawa pulang. Manajer operasional memantau jalannya aktivitas operasional yang dilakukan oleh karyawan dan membantu karyawan apabila dirasa perlu. Manajer operasional juga menentukan pembelian barang toko serta pembayaran diketahui oleh pemilik usaha. Pada akhir hari, karyawan membersihkan toko dan memberi makan hewan titipan, kemudian karyawan bagian kasir bersama dengan manajer operasional melakukan perhitungan kas pemasukan dan pengeluaran.

Hasil



Gambar 2. Poster Penitipan Dr. Meow Petshop

DR. MEOWW

BOOK NOW!

PAKET GROOMING

PAKET HARIAN
Berat badan di bawah 2kg Rp 35.000
Berat badan di atas 2kg Rp 40.000

PAKET KUTU ATAU JAMUR
Berat badan di bawah 2kg Rp 40.000
Berat badan di atas 2kg Rp 45.000

PAKET KOMPLIT
Berat badan di bawah 2kg Rp 55.000
Berat badan di atas 2kg Rp 60.000

08787-7373-987

Gambar 3. Poster Grooming Dr. Meow Petshop

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit (Defrianda, 2020; Rachmaniar & Rokayah, 2020; Sunarto & Wibowo, n.d.). Kata jasa (service) itu sendiri mempunyai banyak arti, mulai dari pelayanan pribadi (personal service) sampai jasa sebagai suatu produk (Akbar, n.d.; Nadjamuddin, 2014; Septiyanti, 2018; Sumantri, 2021; Trisnawati, 2008). Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran yang berusaha mendefinisikan pengertian jasa. Jasa adalah suatu tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun (Defrianda, 2020; Nadjamuddin, 2014; Septiyanti, 2018; Simanihuruk et al., 2021). Pemasaran adalah proses sosial dan managerial dimana perorangan dan kelompok mendapatkan kebutuhan mereka dengan menciptakan, penawaran produk yang bernilai masing-masing. Inti dari kegiatan pemasaran adalah untuk mengembangkan suatu

produk, penelitian distribusi, komunikasi, penetapan harga, dan pelayanan. Pemasaran adalah suatu proses merasakan, membangkitkan, memahami, dan memuaskan kebutuhan target pasar yang lebih spesifik dengan menjembatani sumber daya organisasi kepada kebutuhan target pasar (Defrianda, 2020; Septiyanti, 2018; Trisnawati, 2008). Pengertian pemasaran seringkali disederhanakan menjadi hanya sebagai kegiatan penjualan atau iklan. Bayangan mengenai pemasaran adalah “sales” yang tugasnya adalah menjual produk keliling ke berbagai tempat dan menawarkan barang kepada calon pembeli, sehingga seringkali profesi pemasaran oleh sebagian masyarakat masih dianggap sebagai profesi yang kurang bergengsi. Sering pula pemasaran dikonotasikan sebagai periklanan. Penyederhanaan pengertian tersebut dapat dipahami oleh karena aktivitas menonjol yang sering terlihat adalah penjualan dan iklan. Aktivitas penjualan ini lebih mudah dipahami dari pemasaran tenaga penjualan yang datang menawarkan barang, dan melakukan transaksi lebih sering terlihat serta iklan yang menjadi sajian harian bagi masyarakat baik itu radio, koran, dan media lainnya.

Pemasaran tidak terlepas dari peranan pemasaran sebagai fungsi pengorganisasian dan sekumpulan proses untuk menciptakan nilai, pengkomunikasian nilai dan penyerahan nilai tersebut kepada pelanggan, serta untuk mememanajementi hubungan pelanggan dengan cara yang bermanfaat bagi organisasi dan pemegang kepentingan dan juga proses perencanaan dan konsep penetapan harga, promosi dan pendistribusian gagasan (idea); barang-barang dan jasa untuk menciptakan terjadinya pertukaran yang memuaskan perorangan dan tujuan organisasi. Pemasaran merupakan fungsi dan proses, dengan demikian, maka pemasaran telah dapat dinyatakan sebagai fungsi pemasaran di dalam organisasi. Pemasaran adalah tentang manusia.

Pemasaran adalah tentang memahami apa yang diinginkan orang, kemudian berupaya untuk memberi hal yang diinginkan itu pada mereka dengan harga yang bersedia mereka bayar yang akan memberi anda keuntungan yang pantas, menetapkan atau membidik target (targeting) memilih strategis customer mana saja yang ingin coba puaskan, menetapkan posisi (positioning), mendesain suatu produk atau jasa yang memiliki kegunaan atau manfaat yang diinginkan orang dan tidak dapat diperoleh di tempat lain (Defrianda, 2020; Ginanjar, 2019; Nursyarikha et al., 2020). Kemudian membangun reputasi yaitu brand berdasarkan hal-hal yang anda lakukan dengan baik, pemasaran juga tentang iklan dan penentuan harga (pricing), melakukan promosi dan distribusi, serta program pemasaran lainnya. Yang terpenting adalah tentang manusia serta targeting dan positioning aspek-aspek strategis dari pemasaran.

Pada hakikatnya sistem informasi adalah seperangkat manusia, data dan prosedur yang bekerja sama secara koordinatif untuk mencapai tujuan tertentu. Sistem informasi adalah suatu sistem yang terdiri dari kumpulan komponen sistem, yaitu software, hardware dan brainware yang memproses informasi menjadi sebuah output yang berguna untuk mencapai suatu tujuan tertentu dalam suatu organisasi. Tekanannya terletak pada konsep sistem yang memperlihatkan bahwa berbagai komponen yang terlihat di dalamnya secara fungsional dan kooperatif mencapai tujuan yang sama. Kegiatan fungsional, strategi dan kooperatif itu meliputi pelaksanaan bisnis setiap hari, komunikasi informasi, manajemen aktivitas, pembuatan keputusan dan menghasilkan keluaran bersifat laporan yang dibutuhkan oleh pihak luar. Informasi merupakan suatu hal yang sangat penting bagi manajemen dalam mengambil keputusan informasi tersebut diperoleh dari sistem informasi. Sistem Informasi ini dapat didefinisikan sebagai berikut: Sistem informasi merupakan suatu sistem dalam suatu organisasi untuk mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan (Firmansyah, 2017; Gabriella, 2005; Rachmaniar & Rokayah, 2020).

Sistem informasi penjualan adalah sistem informasi yang mengatur tentang penjualan baik yang dilakukan secara piutang maupun secara tunai. Penjualan merupakan suatu kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembeli, untuk memungkinkan terjadinya transaksi yang terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi permintaan (demand), mencari calon pembeli, negosiasi harga dan syarat pembayaran Sistem informasi penjualan adalah sub sistem informasi bisnis yang mencakup kumpulan prosedur yang melaksanakan, mencatat, mengkalkulasi, membuat dokumen dan informasi penjualan.

Pembelian merupakan salah satu fungsi yang penting dalam berhasilnya operasi suatu perusahaan. Fungsi ini dibebani tanggung jawab untuk mendapatkan kuantitas dan kualitas bahan-bahan yang tersedia pada waktu dibutuhkan dengan harga yang sesuai dengan harga yang berlaku. Definisi grooming hewan dengan manusia tidak berbeda yaitu grooming artinya menata dan menjaga kebersihan diri. Hal ini berhubungan dengan kerapian rambut, kebersihan mulut, wajah, hingga kuku. Jika ingin memiliki bulu kucing semakin menarik tentu harus dimandikan secara teratur, penyisiran rambut membuatnya akan semakin rapih.

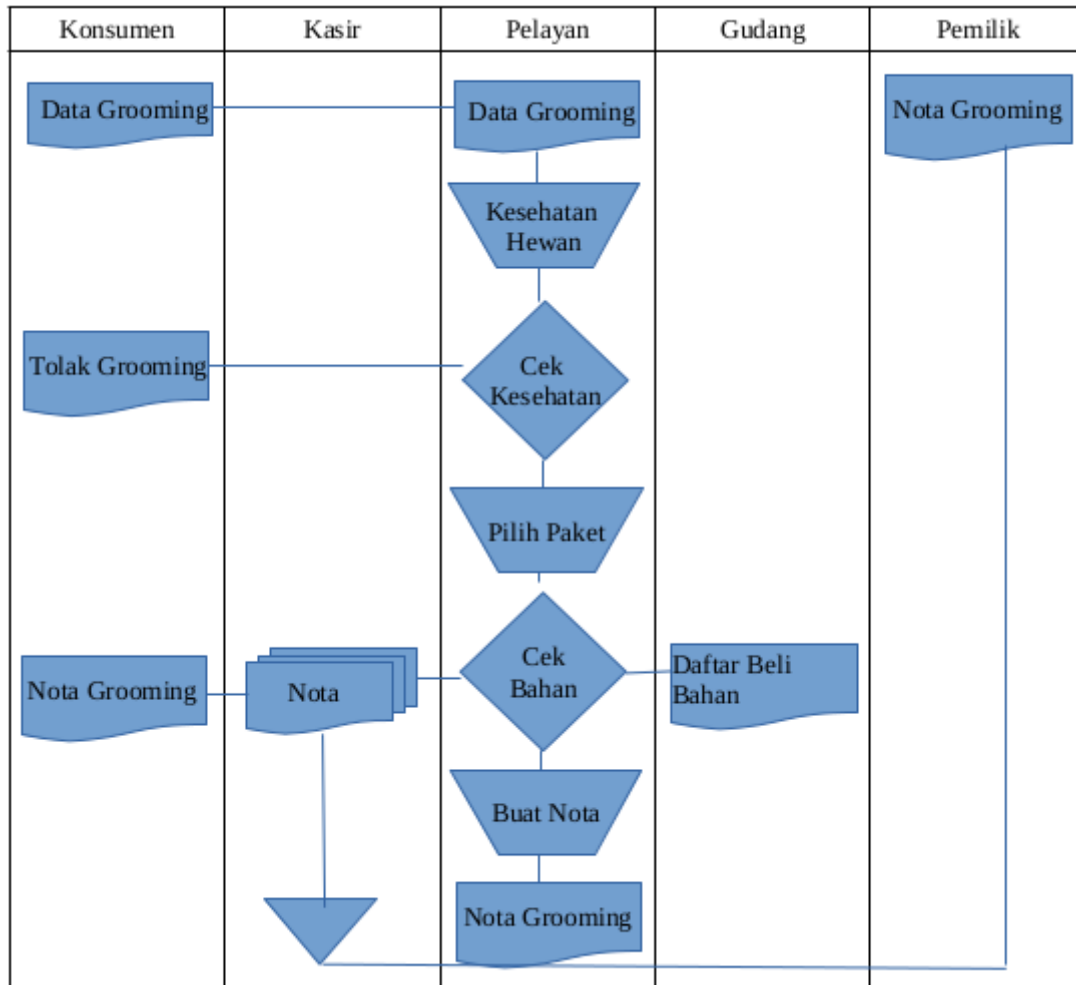
Dr. Meow Petshop melaksanakan aktivitas operasionalnya setiap hari dimulai pada pukul 09.00 WIB hingga pada pukul 20.00 WIB. Untuk dokter, praktik setiap hari sabtu hingga kamis jam 09.00 – 15.00 WIB dan libur setiap hari jumat dan tanggal merah kalender. Kegiatan operasional biasanya diawali dari para karyawan mempersiapkan seluruh perlengkapan yang diperlukan, membersihkan meja kerja, memberi makan hewan titipan. Setelah itu, karyawan sesuai dengan pembagian kerja melakukan pekerjaan masing-masing seperti melayani pembeli yang datang

untuk membeli makanan ataupun aksesoris hewan, melayani pelanggan yang ingin merawat, menitipkan dan membersihkan hewan peliharaan pelanggan.

Dokter juga melakukan pengecekan terhadap hewan peliharaan yang sedang dalam masa perawatan dan bersiap juga untuk melakukan perawatan ataupun tindakan operasi bagi hewan peliharaan pelanggan lainnya. Apabila dokter merasa hewan yang masih dalam perawatan perlu untuk dibersihkan, maka dokter akan meminta karyawan untuk membersihkan hewan tersebut. Dokter akan menurunkan nota pembayaran apabila hewan telah selesai dirawat dan siap untuk dibawa pulang, kemudian karyawan menghubungi pemilik hewan peliharaan tersebut agar bisa dibawa pulang. Manajer operasional memantau jalannya aktivitas operasional yang dilakukan oleh karyawan dan membantu karyawan apabila dirasa perlu. Manajer operasional juga menentukan pembelian barang toko serta pembayaran diketahui oleh pemilik usaha. Pada akhir hari, karyawan membersihkan toko dan memberi makan hewan titipan, kemudian karyawan bagian kasir bersama dengan manajer operasional melakukan perhitungan kas pemasukan dan pengeluaran. Penulis membantu Dr. Meow Petshop untuk melakukan pemetaan sistem informasi penjualan, pembelian dan jasa grooming di Dr. Meow Petshop yang dapat dilihat pada Gambar 4.

Dengan adanya sistem informasi penjualan, pembelian dan jasa grooming pada Dr. Meow Petshop yang sudah terkomputerisasi, pengolahan data akan lebih efisien dan efektif sehingga mempermudah jalannya operasional penjualan dan pembelian di Dr. Meow Petshop dan pendataan kucing yang akan di grooming, bagian gudang lebih efektif dalam pengecekan persediaan barang dengan melihat pemberitahuan stok minimum barang, sehingga informasi data persediaan barang lebih akurat, kasir dapat lebih mudah membuat laporan yang terperinci sehingga pihak pemilik dapat mengawasi jalannya usaha Dr. Meow Petshop dan mempermudah pendataan kucing yang akan di grooming.

Melalui PKL ini, praktikan dapat menerapkan teori-teori yang diajarkan selama masa perkuliahan dan mengimplementasikannya di dunia kerja. Praktikan mendapat gambaran langsung mengenai dunia kerja yang sesungguhnya. Selain itu, praktikan juga mendapat pengalaman berharga yang dapat praktikan jadikan pelajaran dimasa yang akan datang, seperti menghargai waktu dan disiplin diri dalam bekerja. Praktikan mendapatkan kemampuan untuk menjadi pribadi yang mandiri, mampu bersikap, mampu berorganisasi dengan orang lain, memecahkan masalah, dan mengambil keputusan dalam bekerja.



Gambar 4. Flowmap Dr. Meow Petshop

Diskusi

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit (Defrianda, 2020; Rachmaniar & Rokayah, 2020; Sunarto & Wibowo, n.d.). Kata jasa (service) itu sendiri mempunyai banyak arti, mulai dari pelayanan pribadi (personal service) sampai jasa sebagai suatu produk (Akbar, n.d.; Nadjamuddin, 2014; Septiyanti, 2018; Sumantri, 2021; Trisnawati, 2008). Se jauh ini sudah banyak pakar pemasaran yang berusaha mendefinisikan pengertian jasa. Jasa adalah suatu tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun (Defrianda, 2020; Nadjamuddin, 2014; Septiyanti, 2018; Simanihuruk et al., 2021). Pemasaran adalah proses sosial dan managerial dimana perorangan dan kelompok mendapatkan kebutuhan mereka dengan menciptakan, penawaran produk yang bernilai masing-masing. Inti dari kegiatan pemasaran adalah untuk mengembangkan suatu produk, penelitian distribusi, komunikasi, penetapan harga, dan pelayanan.

Pemasaran adalah suatu proses merasakan, membangkitkan, memahami, dan memuaskan kebutuhan target pasar yang lebih spesifik dengan menjembatani sumber daya organisasi kepada kebutuhan target pasar (Defrianda, 2020; Septiyanti, 2018; Trisnawati, 2008). Pengertian pemasaran seringkali disederhanakan menjadi hanya sebagai kegiatan penjualan atau iklan. Bayangan mengenai pemasaran adalah “sales” yang tugasnya adalah menjual produk keliling ke berbagai tempat dan menawarkan barang kepada calon pembeli, sehingga seringkali profesi pemasaran oleh sebagian masyarakat masih dianggap sebagai profesi yang kurang bergengsi. Sering pula pemasaran dikonotasikan sebagai periklanan. Penyederhanaan pengertian tersebut dapat dipahami oleh karena aktivitas menonjol yang sering terlihat adalah penjualan dan iklan. Aktivitas penjualan ini lebih mudah dipahami dari pemasaran tenaga penjualan yang datang menawarkan barang, dan melakukan transaksi lebih sering terlihat serta iklan yang menjadi sajian harian bagi masyarakat baik itu radio, koran, dan media lainnya.

Pemasaran tidak terlepas dari peranan pemasaran sebagai fungsi pengorganisasian dan sekumpulan proses untuk menciptakan nilai, pengkomunikasian nilai dan penyerahan nilai tersebut kepada pelanggan, serta untuk mememanajementi hubungan pelanggan dengan cara yang bermanfaat bagi organisasi dan pemegang kepentingan dan juga proses perencanaan dan konsep penetapan harga, promosi dan pendistribusian gagasan (idea); barang-barang dan jasa untuk menciptakan terjadinya pertukaran yang memuaskan perorangan dan tujuan organisasi. Pemasaran merupakan fungsi dan proses, dengan demikian, maka pemasaran telah dapat dinyatakan sebagai fungsi pemasaran di dalam organisasi. Pemasaran adalah tentang manusia.

Pemasaran adalah tentang memahami apa yang diinginkan orang, kemudian berupaya untuk memberi hal yang diinginkan itu pada mereka dengan harga yang bersedia mereka bayar yang akan memberi anda keuntungan yang pantas, menetapkan atau membidik target (targeting) memilih strategis customer mana saja yang ingin coba puaskan, menetapkan posisi (positioning), mendesain suatu produk atau jasa yang memiliki kegunaan atau manfaat yang diinginkan orang dan tidak dapat diperoleh di tempat lain (Defrianda, 2020; Ginanjar, 2019; Nursyarikha et al., 2020). Kemudian membangun reputasi yaitu brand berdasarkan hal-hal yang anda lakukan dengan baik, pemasaran juga tentang iklan dan penentuan harga (pricing), melakukan promosi dan distribusi, serta program pemasaran lainnya. Yang terpenting adalah tentang manusia serta targeting dan positioning aspek-aspek strategis dari pemasaran.

Pada hakikatnya sistem informasi adalah seperangkat manusia, data dan prosedur yang bekerja sama secara koordinatif untuk mencapai tujuan tertentu. Sistem informasi adalah suatu sistem yang terdiri dari kumpulan komponen sistem, yaitu software, hardware dan brainware yang memproses informasi menjadi sebuah output yang berguna untuk mencapai suatu tujuan tertentu dalam suatu organisasi.

Tekanannya terletak pada konsep sistem yang memperlihatkan bahwa berbagai komponen yang terlihat di dalamnya secara fungsional dan kooperatif mencapai tujuan yang sama. Kegiatan fungsional, strategi dan kooperatif itu meliputi pelaksanaan bisnis setiap hari, komunikasi informasi, manajemen aktivitas, pembuatan keputusan dan menghasilkan keluaran bersifat laporan yang dibutuhkan oleh pihak luar. Informasi merupakan suatu hal yang sangat penting bagi manajemen dalam mengambil keputusan informasi tersebut diperoleh dari sistem informasi. Sistem Informasi ini dapat didefinisikan sebagai berikut: Sistem informasi merupakan suatu sistem dalam suatu organisasi untuk mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan (Firmansyah, 2017; Gabriella, 2005; Rachmaniar & Rokayah, 2020).

Sistem informasi penjualan adalah sistem informasi yang mengatur tentang penjualan baik yang dilakukan secara piutang maupun secara tunai. Penjualan merupakan suatu kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembeli, untuk memungkinkan terjadinya transaksi yang terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi permintaan (demand), mencari calon pembeli, negosiasi harga dan syarat pembayaran Sistem informasi penjualan adalah sub sistem informasi bisnis yang mencakup kumpulan prosedur yang melaksanakan, mencatat, mengkalkulasi, membuat dokumen dan informasi penjualan.

Pembelian merupakan salah satu fungsi yang penting dalam berhasilnya operasi suatu perusahaan. Fungsi ini dibebani tanggung jawab untuk mendapatkan kuantitas dan kualitas bahan-bahan yang tersedia pada waktu dibutuhkan dengan harga yang sesuai dengan harga yang berlaku. Definisi grooming hewan dengan manusia tidak berbeda yaitu grooming artinya menata dan menjaga kebersihan diri. Hal ini berhubungan dengan kerapian rambut, kebersihan mulut, wajah, hingga kuku. Jika ingin memiliki bulu kucing semakin menarik tentu harus dimandikan secara teratur, penyisiran rambut membuatnya akan semakin rapih.

Dr. Meow Petshop melaksanakan aktivitas operasionalnya setiap hari dimulai pada pukul 09.00 WIB hingga pada pukul 20.00 WIB. Untuk dokter, praktik setiap hari sabtu hingga kamis jam 09.00 – 15.00 WIB dan libur setiap hari jumat dan tanggal merah kalender. Kegiatan operasional biasanya diawali dari para karyawan mempersiapkan seluruh perlengkapan yang diperlukan, membersihkan meja kerja, memberi makan hewan titipan. Setelah itu, karyawan sesuai dengan pembagian kerja melakukan pekerjaan masing-masing seperti melayani pembeli yang datang untuk membeli makanan ataupun aksesoris hewan, melayani pelanggan yang ingin merawat, menitipkan dan membersihkan hewan peliharaan pelanggan.

Dokter juga melakukan pengecekan terhadap hewan peliharaan yang sedang dalam masa perawatan dan bersiap juga untuk melakukan perawatan ataupun tindakan operasi bagi hewan peliharaan pelanggan lainnya. Apabila dokter merasa hewan yang masih dalam perawatan perlu untuk dibersihkan, maka dokter akan meminta karyawan untuk membersihkan hewan tersebut. Dokter akan menurunkan nota pembayaran apabila hewan telah selesai dirawat dan siap untuk dibawa pulang, kemudian karyawan menghubungi pemilik hewan peliharaan tersebut agar bisa dibawa pulang. Manajer operasional memantau jalannya aktivitas operasional yang dilakukan oleh karyawan dan membantu karyawan apabila dirasa perlu. Manajer operasional juga menentukan pembelian barang toko serta pembayaran diketahui oleh pemilik usaha. Pada akhir hari, karyawan membersihkan toko dan memberi makan hewan titipan, kemudian karyawan bagian kasir bersama dengan manajer operasional melakukan perhitungan kas pemasukan dan pengeluaran.

Kesimpulan

Dengan adanya sistem informasi penjualan, pembelian dan jasa grooming pada Dr. Meow Petshop yang sudah terkomputerisasi, pengolahan data akan lebih efisien dan efektif sehingga mempermudah jalannya operasional penjualan dan pembelian di Dr. Meow Petshop dan pendataan kucing yang akan di grooming, bagian gudang lebih efektif dalam pengecekan persediaan barang dengan melihat pemberitahuan stok minimum barang, sehingga informasi data persediaan barang lebih akurat, kasir dapat lebih mudah membuat laporan yang terperinci sehingga pihak pemilik dapat mengawasi jalannya usaha Dr. Meow Petshop dan mempermudah pendataan kucing yang akan di grooming.

Pengakuan/Acknowledgements

Terima kasih kepada Dr. Meow Petshop atas kesempatan yang diberikan sehingga penulis berhasil menyelesaikan PKL dengan baik.

Daftar Referensi

- Akbar, M. A. (n.d.). *Rancang Bangun Sistem Informasi Persediaan Barang Menggunakan Metode ABC (Studi Kasus: Malmö Pet Care Depok)* (Di bawah bimbingan Meinarini Catur Utami dan Nuryasin) [B.S. thesis]. Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Asmi, H., Fitriyani, R., & Fadilah, F. (2018). Aplikasi Lana Petshop Berbasis Online. *Jutisi: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 6(2), 1467–1478.
- Defrianda, A. (2020). *Perancangan Sistem Informasi Penjualan, Pengadaan Dan Jasa Grooming Pada Agung Petshop Kota Jambi Berbasis Web* [PhD Thesis]. STIKOM Dinamika Bangsa Jambi.

- Firmansyah, F. (2017). Pengembangan Enterprise Resource Planning (ERP) dengan Scrum. *Jurnal Sistem Informasi*, 6(2), 335-181.
- Gabriella, M. C. (2005). *Penerapan Sistem Informasi Akuntansi pada Siklus Penjualan dengan Menggunakan Software Simply Accounting Pro 2004 dalam Rangka Meningkatkan Pengendalian Internal pada CV. X di Surabaya*.
- Ginanjari, D. (2019). *Sistem Informasi Pembelian Dan Penjualan Obat Di Apotek Luhur Medika Center Berbasis Website [PhD Thesis]*. Universitas Komputer Indonesia.
- Nadjamuddin, S. (2014). Sistem Informasi Penjualan, Pembelian Dan Jasa Grooming Pada Tera Petshop. *Jurnal Teknologi Dan Informasi*, 4(2), 71–82.
- Nugroho, A., Paryanta, P., & Safitri, W. A. (2021). Aplikasi Pelayanan Prins Pet Shop Berbasis Android. *Go Infotech: Jurnal Ilmiah STMIK AUB*, 27(2), 112–121.
- Nur'aeni, W., Sembiring, F., & Erfina, A. (2021). Implementasi TOGAF Pada Perancangan Sistem Informasi Reservasi Berbasis Progressive Web Application. *Jutisi: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 10(2), 283–294.
- Nursyarikha, D. M., Rumanti, A. A., & Athari, N. (2020). Perancangan Sistem Informasi Transaksi Penjualan Pada Daily Pet Care Dengan Model Prototype. *EProceedings of Engineering*, 8(5).
- Pratama, O. K. (2021). *Pengembangan Sistem Informasi Penjualan, Perawatan (Grooming) dan Penitipan Hewan Peliharaan Berbasis Web (Studi Kasus: Monjali Pet Shop, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta) [PhD Thesis]*. Universitas Teknologi Yogyakarta.
- Rachmaniar, A., & Rokayah, K. (2020). Pembuatan website DNA animal clinic menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL. *Prosiding SeNTIK*, 4(1), 251–259.
- Ridwan, I. M. (2020). *Sistem Informasi Penjualan, Penyewaan Dan Pembelian Alat Geophysical Logging Berbasis Web Pada Cv Martiel Cahaya Perkasa [PhD Thesis]*. Universitas Komputer Indonesia.
- Sari, L. M., Arwan, A., & Pramono, D. (2020). Pengembangan Sistem Informasi Rekam Medis Hewan dan Rekapitulasi Transaksi Berbasis Web (Studi Kasus: Klinik Hewan House Of Pet Malang). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer E-ISSN*, 2548, 964X.
- Septiyanti, D. (2018). *Sistem Informasi Penjualan, Pengadaan Dan Jasa Grooming Pada Momo Petshop & Care [PhD Thesis]*. Universitas Komputer Indonesia.
- Setyowibowo, S., & Mumpuni, I. D. (2016). Aplikasi Sistem Informasi One Stop Pet Shop Berbasis Web Pada Golden Pet. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 10(1), 33–40.
- Simanihuruk, O. P., Hernawati, E., & Sari, S. K. (2021). Aplikasi Pelayanan Jasa Grooming Berbasis Web Di Royal Petshop Medan. *EProceedings of Applied Science*, 7(5).
- Sumantri, M. B. R. (2021). *Sistem Informasi Penjualan Berbasis Website Pada Toko Bawang Goreng ling Indonesia [PhD Thesis]*. Universitas Komputer Indonesia.
- Sunarto, M. D., & Wibowo, J. (n.d.). *Build A Web-based Sales App On Hokky Petshop [PhD Thesis]*. Universitas Dinamika.
- Syafariani, F. (2012). Pembangunan Aplikasi Sebagai Media Alternatif Pembelajaran Mata Kuliah Statistika Berbasis Web Pada Program Studi

- Sistem Informasi Di Universitas Komputer Indonesia. *JATI (Jurnal Teknologi Dan Informasi)*, 1(8), 13–22.
- Trisnawati, L. (2008). *Perancangan dan pembuatan sistem informasi administrasi pada Pom Pom pet shop and grooming salon* [PhD Thesis]. Petra Christian University.
- Yusriyanah, E. (2019). Aplikasi E-Commerce Petshop Berbasis Web Dengan Metode Incremental (Studi Kasus Puri Vet Kembangan). *JUSIBI (Jurnal Sistem Informasi Dan E-Bisnis)*, 1(3).