

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Ilmu Administrasi Bisnis

2.1.1 Pengertian Ilmu Administrasi

Menurut (Fahmi, 2019) dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis” menyatakan bahwa Administrasi adalah sebuah bangunan hubungan yang tertata secara sistematis yang membentuk sebuah jaringan yang saling bekerjasama satu sama lainnya untuk mendukung terwujudnya suatu mekanisme kerja yang tersusun dan mencapai tujuan yang diharapkan.

Menurut Poerwanto (dalam Setiawan et al., 2024) Dalam arti sempit administrasi adalah seluruh aktivitas pendokumentasian secara tertulis, penatausahaan, serta pengelolaan sistematis mengenai keseluruhan data dan sumber daya organisasi yang ada untuk memudahkan mendapatkan informasi ringkas dari keseluruhan aktivitas dalam suatu organisasi. Kegiatan ini meliputi mengumpulkan, mencatat, mengolah, mengirim, dan menyimpan data dan sumber daya yang ada dalam suatu organisasi.

Sedangkan menurut Poerwanto (dalam Setiawan et al., 2024) Dalam arti luas administrasi didefinisikan sebagai keseluruhan proses kerja sama antar dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif dan efisien.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa Ilmu Administrasi merupakan disiplin ilmu tentang bagaimana kita dapat

bekerja sama dengan orang lain secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan bersama, yang mencakup proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan.

2.1.2 Pengertian Ilmu Administrasi Bisnis

Menurut (Fahmi, 2019) dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis” menyatakan bahwa Administrasi Bisnis merupakan suatu tata susunan yang mengklasifikasikan dan menjelaskan setiap tahap-tahap pekerjaan dalam bisnis yang disajikan secara jelas dan tegas serta terencana. Secara umum administrasi bisnis disusun dan dibuat untuk mewujudkan berbagai tujuan. Adapun tujuan tersebut adalah :

- a) Untuk menciptakan arah pekerjaan tertata sesuai dengan visi dan misi manajemen perusahaan.
- b) Untuk membangun pengawasan dan bisa menghindari dari kesalahan yang mungkin timbul selama pekerjaan dilakukan.
- c) Menumbuhkan kepercayaan kepada para stakeholders’ terhadap kinerja perusahaan baik secara jangka pendek dan jangka panjang.

Menurut Prof. Dr. Mr. S. Prajudi Admosudidjo (dalam Safrawali & Siregar, 2022) pengertian Administrasi Bisnis adalah suatu organisasi niaga secara keseluruhan dan mengejar tercapainya tujuan-tujuan yang bersifat bisnis objektif, dan Administrasi Niaga tersebut dijalankan oleh setiap manager dalam suatu organisasi niaga.

Menurut Sukarno dan Ibrahim Lubis (dalam Safrawali & Siregar, 2022) pengertian administrasi bisnis/ niaga adalah kegiatan dibidang produksi, transportasi, asuransi perbankan, dan lain-lain, di bidang perusahaan swasta.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa Ilmu Administrasi Bisnis merupakan proses mempelajari kerjasama antara dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan dan berfokus pada perilaku manusia.

2.2 Konsep Implementasi

2.2.1 Pengertian Implementasi

Menurut Gordon (dalam Putri et al., 2022) menyatakan “Implementasi berkenaan dengan berbagai kegiatan yang diarahkan pada realisasi program”.

Menurut Widodo (dalam Putri et al., 2022) “Implementasi berarti menyediakan sarana untuk melaksanakan suatu kebijakan dan dapat menimbulkan dampak/akibat terhadap sesuatu”.

Menurut (Subarsono, 2005) dalam bukunya yang berjudul “Analisis Kebijakan Publik”, menyatakan bahwa Implementasi adalah suatu kegiatan yang berkaitan dengan penyelesaian suatu pekerjaan, melalui penggunaan sarana (*tools*) untuk memperoleh hasil akhir yang diinginkan.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa Implementasi merupakan sebuah tindakan realisasi program yang dapat

menimbulkan dampak/akibat terhadap sesuatu untuk mencapai tujuan organisasi.

2.2.2 Keberhasilan Implementasi

Berikut beberapa studi kasus yang menunjukkan keberhasilan implementasi inovasi bisnis dengan dukungan TI menurut (Ismi Zuhairah et al., 2023) :

- 1) **Pemanfaatan Kecerdasan Buatan dalam Analisis Data Pelanggan**
Sebuah perusahaan teknologi ritel global berhasil mengoptimalkan pengalaman pelanggan melalui pemanfaatan kecerdasan buatan. Dengan menggunakan algoritma AI yang canggih, mereka menganalisis besar data pelanggan, memahami preferensi pembelian, dan meramalkan tren konsumen. Hasil analisis ini memungkinkan perusahaan untuk memberikan rekomendasi produk yang lebih tepat dan personal, meningkatkan retensi pelanggan, dan mengoptimalkan strategi pemasaran. Dengan implementasi kecerdasan buatan, perusahaan mampu menyesuaikan penawaran produk secara dinamis sesuai dengan perubahan perilaku konsumen.
- 2) **Implementasi Sistem Manajemen Rantai Pasokan Berbasis TI**
Sebuah perusahaan manufaktur besar berhasil meningkatkan efisiensi rantai pasokan mereka melalui implementasi sistem manajemen rantai pasokan berbasis TI. Mereka mengintegrasikan platform TI yang mencakup pemantauan inventaris, prediksi permintaan, dan kolaborasi dengan mitra bisnis. Dengan data yang tersedia secara real-time, perusahaan dapat mengoptimalkan stok, meningkatkan responsibilitas terhadap permintaan pelanggan, dan mengurangi waktu siklus produksi. Sistem ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memberikan ketangguhan yang lebih baik terhadap fluktuasi pasar.
- 3) **Adopsi Teknologi Internet of Things (IoT) untuk Meningkatkan Efisiensi Produksi**
Sebuah perusahaan manufaktur otomotif mengubah lini produksinya melalui adopsi Teknologi Internet of Things (IoT). Mereka memasang sensor IoT pada setiap mesin dan peralatan produksi untuk mengumpulkan data tentang kinerja dan kondisi operasional. Dengan analisis data yang cerdas, perusahaan dapat melakukan pemeliharaan preventif, mengurangi downtime mesin, dan meningkatkan kualitas produk. Selain itu, data dari IoT juga digunakan untuk mengoptimalkan proses produksi secara keseluruhan, menciptakan lini produksi yang lebih adaptif dan efisien.
Dalam ketiga studi kasus ini, peran TI tidak hanya terbatas pada otomatisasi operasional tetapi juga merambah ke ranah strategis bisnis. Integrasi teknologi canggih memungkinkan organisasi untuk berinovasi dalam cara mereka berinteraksi dengan pelanggan, mengelola rantai pasokan, dan meningkatkan efisiensi produksi. Keberhasilan implementasi inovasi bisnis ini menyoroti pentingnya adaptasi organisasi terhadap perubahan teknologi dan kemampuan untuk memanfaatkan potensi penuh dari solusi TI yang tersedia.

2.3 Konsep Sistem Informasi

2.3.1 Pengertian Sistem Informasi

Menurut Erwan Arbie (dalam Oktaviyana, 2023) sistem informasi merupakan suatu sistem dalam suatu organisasi yang mempertemukan

kebutuhan pengolahan transaksi harian, bantuan, dan dukungan operasi. Sistem ini manajerial dari suatu organisasi dan membantu memfasilitasi penyediaan laporan yang diperlukan.

Menurut John F Nash (dalam Oktaviyana, 2023) sistem informasi merupakan kombinasi dari manusia, fasilitas atau alat teknologi, media, prosedur, dan pengendalian yang ditujukan untuk mengatur jaringan komunikasi yang penting, proses transaksi yang tertentu dan rutin, membantu manajemen dan pemakai intern extern serta menyediakan dasar untuk pengambilan keputusan yang tepat.

Menurut McLeod (dalam Oktaviyana, 2023) sistem informasi merupakan suatu sistem yang memiliki kemampuan untuk mengumpulkan informasi dari semua sumber serta menggunakan berbagai media untuk menampilkan informasi.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa Sistem Informasi merupakan sistem yang dibuat oleh manusia, dirancang untuk membantu dalam manajemen perusahaan atau organisasi seperti dalam hal mengumpulkan, memproses, dan menyimpan informasi untuk suatu pengambilan keputusan.

2.3.2 Komponen atau Fungsi Sistem

Menurut O'Brien (dalam Pasaribu, 2021) sistem memiliki 3 komponen atau fungsi yang berinteraksi :

- 1) Input melibatkan penerimaan dan penyaluran berbagai elemen yang memasuki sistem untuk diproses.
- 2) Pemrosesan melibatkan proses transformasi yang mengubah input menjadi output.
- 3) Output melibatkan pemindahan elemen yang telah diproduksi oleh proses transformasi tersebut ke tujuan akhir.

2.4 Konsep Penjualan

2.4.1 Pengertian Penjualan

Menurut (Maron, 2002) dalam bukunya yang berjudul “Sistem Akuntansi Perusahaan Dagang”, menyatakan bahwa Penjualan artinya penjualan barang dagangan sebagai usaha pokok perusahaan yang biasanya dilakukan secara teratur.

Menurut Abdullah (dalam Zebua et al., 2022) menyatakan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi.

Menurut Mulyadi (dalam Zebua et al., 2022) bahwa penjualan adalah barang yang diproduksi dan dijual perusahaan tersebut. Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa Penjualan merupakan kegiatan menjual barang yang diproduksi untuk memperoleh keuntungan dari transaksi pembelian oleh konsumen.

2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan

Menurut Abdullah (dalam Zebua et al., 2022) volume penjualan adalah jumlah penjualan yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan dalam suatu jangka waktu tertentu. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan yaitu :

- 1) Produsen

Pihak produsen mempengaruhi penjualan yaitu dalam menghasilkan barang dan menentukan harga diantaranya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan harga.
- 2) Konsumen

Pihak konsumen dapat mempengaruhi penjualan yaitu karena hal-hal sebagai berikut :

 - Daya beli mempengaruhi penjualan yaitu karena apabila daya beli konsumen meningkat maka penjualan juga meningkat. Akan tetapi kenaikan daya beli akan menyebabkan perusahaan menaikkan harga barang-barang produksinya karena tenaga kerja perusahaan meminta kenaikan upah,. Sedangkan apabila daya beli konsumen menurun, maka penjualan akan menurun. Hal ini disebabkan harga tidak sebanding dengan biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan.
 - Selera konsumen yang mengalami perubahan dapat mempengaruhi penjualan karena apabila konsumen berubah kemungkinan konsumen tersebut akan pindah kepada produk lain akibatnya penjualan menurun.
 - Faktor-faktor produsen dan konsumen yang mempengaruhi penjualan adalah :
 - Adanya peraturan pemerintah yang menyangkut perdagangan, perpajakan, kebijakan moneter dan sebagainya.
 - Peranan pedagang besar, misalnya menimbun barang dalam waktu tertentu sehingga mempengaruhi penjualan.

2.5 Konsep Sistem Informasi Penjualan

2.5.1 Pengertian Sistem Informasi Penjualan

Menurut (Fatawa Imam Al Muftin & Fendi Hidayat, 2024) Sistem informasi penjualan merupakan sebuah prosedur yang melaksanakan, mencatat, mengkalkulasi, membuat dokumen, dan informasi penjualan untuk keperluan manajemen dan bagian lain yang berkepentingan dalam bidang penjualan, dari mulainya order penjualan hingga transaksi dilaksanakan. Sistem Informasi Penjualan merupakan Sub Sistem Informasi

Bisnis, Sub Sistem Bisnis lainnya bisa merupakan, pemasaran, sumber daya manusia, keuangan akuntansi dan manufaktur produksi. Bisa disebut sebuah sistem yang memproses data dan transaksi dari keseluruhan kegiatan usaha yang terdiri dari penjualan barang atau jasa agar dapat mencapai tujuan organisasi.

Menurut Ngangi (dalam Mustika, 2024) Sistem informasi penjualan adalah suatu infrastruktur yang dirancang khusus untuk mengelola dan mendukung proses penjualan suatu perusahaan.

Menurut Tobias Duha (dalam Novita et al., 2023) Sistem informasi penjualan dapat dipandang sebagai kegiatan penjualan yang melalui prosedur yang mencakup urutan peristiwa sejak menerima pesanan pembeli, menentukan apakah barang tersedia atau tidak, melanjutkan pengiriman barang, membuat faktur, dan mencatat penjualan yang efektif.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa Sistem Informasi Penjualan merupakan sistem yang mengelola data dan transaksi di suatu perusahaan yang berkaitan dengan kegiatan penjualan.

2.5.2 Manfaat Sistem Informasi Penjualan

Menurut (Fatawa Imam Al Muftin & Fendi Hidayat, 2024) Sistem Informasi Penjualan ini sangat membantu kita dalam membantu sebuah bisnis yang kita jalani Berikut beberapa manfaat Sistem Informasi Penjualan yaitu :

- 1) Merancang Rencana Penjualan

Disini kita akan dibantu untuk membuat sebuah rancangan rencana dalam membangun sebuah bisnis penjualan, dimana kita akan memulainya dari awal dan akan mengakhiri dengan baik dan seperti apakah rencana penjualan produk tersebut selanjutnya.

- 2) Membuat Laporan

Dalam hal ini kita akan membuat sebuah laporan yang berisi tentang informasi tentang penjualan tersebut dapat berupa hasil penjualan, stok barang, pemasukan dan pengeluaran, pendapatan, orderan dll.

3) Menghitung Pemasukan dan Pengeluaran

Ini dapat membantu kita dalam mengetahui berapa pemasukan dan pengeluaran yang kita dapatkan dihari tersebut atau dihari sebelum-sebelumnya.

4) Memudahkan Pengelolaan Stok Bahan Baku atau Produk

Dengan demikian kalian bisa dengan mudah menentukan kapan harus restock bahan baku dan harga dasarnya secara akurat. Mengelola bahan baku atau produk pun menjadi mudah karena Anda tidak perlu lagi ribet memikirkan bagaimana cara manajemen stok secara efektif, atau melakukan pengecekan ke gudang setiap hari hanya untuk mengetahui persediaan barang.

5) Analisis Hasil Penjualan Jadi Lebih Mudah

Membantu kalian mulai dari mengatur aktivitas dan melihat kinerja karyawan, ketersediaan stok bahan baku atau produk, melacak pembayaran hingga memproyeksikan keuntungan. Di sisi lain, Anda dapat terbantu untuk mengambil keputusan tentang rencana selanjutnya yang harus diterapkan supaya bisnis Anda bisa menghasilkan keuntungan yang lebih besar.

6) Meningkatkan Keuntungan

Untuk meningkatkan keuntungan, dengan memberikan laporan penjualan yang akurat dan data-data nyata seperti produk yang paling laku terjual, waktu tersibuk di toko, dan lainnya. Dengan mengetahui bagaimana penjualan dan kondisi toko, kalian dapat dengan mudah mengambil keputusan dan membuat strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan keuntungan.

2.6 Konsep *Website*

2.6.1 Pengertian *Website*

Menurut Arief (dalam Wahyudin & Rahayu, 2020) *website* adalah kumpulan dari halaman *web* yang sudah dipublikasikan di jaringan internet dan memiliki domain/URL (*Uniform Resource Locator*) yang dapat diakses semua pengguna internet dengan cara mengetikkan alamatnya. Hal ini dimungkinkan dengan adanya teknologi *World Wide Web* (WWW). Halaman *website* biasanya berupa dokumen yang ditulis dalam format *Hyper Text Markup Language* (HTML), yang bisa diakses melalui HTTP, HTTPS adalah suatu protokol yang menyampaikan berbagai informasi dari *server website* untuk ditampilkan kepada para *user* atau pemakai melalui *web browser*.

Menurut Yuhefizar (dalam Nurjani & Kurnia Dewi, 2022) menyatakan bahwa “*Website* adalah keseluruhan halaman-halaman *web* yang terdapat dari sebuah domain yang mengandung informasi. Sebuah *website* biasanya dibangun atas banyak halaman *web* yang saling berhubungan.”

Menurut Sulhan (dalam Nurjani & Kurnia Dewi, 2022) menyatakan bahwa “*Website* merupakan suatu layanan sajian informasi yang menggunakan konsep *hyperlink*, yang memudahkan *surfer* (sebutan bagi pengguna komputer yang melakukan penelusuran informasi di internet).”

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa *Website* merupakan layanan informasi yang memudahkan *user* (pengguna) untuk melakukan pencarian informasi melalui URL (*Uniform Resource Locator*).

2.6.2 Manfaat *Website*

Menurut (Maharani et al., 2021) manfaat *website* diantaranya :

- 1) Bekerja Secara *Real-Time*
Manfaat *website* pertama adalah, dapat mengembangkan bisnis anda secara *real-time*. Maksud *real-time* disini adalah terus menerus atau dapat diartikan dengan memiliki respon yang cepat. *Website* akan selalu ada dan memberikan perubahan informasi secara cepat untuk bisnis anda. Apabila anda ingin menjalankan bisnis konvensional di masa sekarang ini, alangkah baiknya jika anda juga membuat sebuah *website* yang memudahkan anda dalam melakukan *monitoring* serta dapat bekerja secara *real-time*.
- 2) Meningkatkan Kredibilitas
Manfaat *website* kedua adalah meningkatkan kredibilitas, yang disini merupakan sebuah nilai penting atau tolak ukur yang diberikan pelanggan bagi bisnis yang anda buat. Saat ini banyak sekali penggunaan media sosial, personal chat, ataupun *e-commerce* yang sering kali kabur atau meninggalkan bisnis anda. Penyebabnya pun sangat beragam. Salah satunya ialah karena kurangnya tingkat kredibilitas dari bisnis anda karena menggunakan metode tersebut dalam hal penyampaian informasi bisnis anda.
- 3) Menghemat Pengeluaran Promosi

Selain dari meningkatkan kredibilitas dengan pembuatan *website*, akan memberikan efek positif bagi keuangan anda. Penghematan untuk pembayaran iklan atau promosi dapat dilakukan dengan adanya *website* ini. Segala bentuk promosi dapat anda pindahkan ke halaman pada *website*. Anda harus segera meninggalkan promosi secara konvensional sekarang. Mengembangkan bisnis juga harus memperhatikan dalam segi finansial. Apabila masih sering mengandalkan promosi melalui brosur, media massa, ataupun iklan –iklan yang mempunyai biaya mahal, maka anda harus segera meninggalkan kebiasaan tersebut. Banyak cara untuk melakukan promosi untuk bisnis anda. Salah satunya melalui *website* yang terbilang cukup terjangkau dan dapat menghemat pengeluaran anda lebih banyak. Kemudian, anda dapat memanfaatkannya untuk kegiatan yang lain sebagai penunjang bisnis anda.

2.7 Konsep Basis Data atau *Database*

2.7.1 Pengertian Basis Data

Menurut (Jayanti & Sumiari, 2018) dalam bukunya yang berjudul “Teori Basis Data”, menyatakan bahwa Basis data yang juga dikenal sebagai *database*, terdiri dari kata basis dan data. Data merupakan catatan atas kumpulan fakta yang mewakili suatu objek. Data memiliki ciri bersifat mentah dan tidak memiliki konteks. Sedangkan basis atau base dapat diartikan sebagai markas , tempat berkumpul dari suatu objek atau representasi konsep penjualan

Menurut Jayanti & Sumiari (dalam Ismai, 2020) Basis Data merupakan data yang terintegrasi, yang diorganisasi untuk memenuhi kebutuhan para pemakai di dalam suatu organisasi.

Menurut Wati (dalam Sutanto et al., 2020) Basis Data atau *database* merupakan suatu pemanfaatan dari teknologi informasi yang menjadi komponen utama dalam proses penyimpanan data untuk mendukung pengambilan keputusan.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa Basis Data atau *database* merupakan tempat penyimpanan informasi yang

sudah terorganisir sehingga memudahkan pengguna dalam melakukan pengelolaan dan pencarian data dalam suatu kesatuan sistem.

2.7.2 Fungsi dan Manfaat Basis data atau Database

Menurut (Anggoro, Supriyanti, n.d.) dalam bukunya yang berjudul “Konsep Dasar Sistem Basis Data dengan MySQL” menyatakan bahwa fungsi dan manfaat *database* adalah sebagai berikut :

1) Fungsi *Database*

Database mempunyai beberapa fungsi secara umum, yang bisa diuraikan sebagai berikut :

- *Database* digunakan untuk mengelompokkan data serta informasi agar data lebih mudah dimengerti.
- *Database* juga berfungsi untuk mencegah duplikasi serta inkonsistensi disimpan dalam jumlah yang besar.
- Dalam proses penyimpanan *database* yang sistematis dapat menjaga kualitas data dan informasi yang akan diakses.
- *Database* sangat berguna untuk mekanisme penyimpanan data, khususnya dalam konsep *big data*.

2) Manfaat *Database*

Selain fungsi *database*, terdapat juga manfaat *database* untuk proses penyimpanan dan pemrosesan data dan informasi, seperti berikut :

- Mencegah redudansi data
Dengan adanya *database* yang cukup baik, maka proses penyimpanan ganda dalam data atau informasi bisa dihindari, karena proses penyimpanan data sudah terintegrasi dengan baik.
- Integritas dan independensi data terjamin
Integritas dalam *database* cukup baik karena proses pengolahan data atau informasinya mempunyai tingkat akurasi, aksesibilitas, konsistensi, dan kualitas data yang cukup tinggi. Independensi data juga bisa terjamin, karena *database* tidak bisa diubah oleh sembarang orang.
- Kemudahan proses berbagi data dan akses data
Dengan menggunakan bantuan *software* untuk *database*, data bisa dibagikan dengan mudah ke pengguna lain yang membutuhkan data.
- Keamanan data dapat terjaga
Proses penyimpanan data disimpan dengan akses prioritas yang berbeda-beda untuk setiap pengguna, sehingga tingkat keamanan bisa diatur dan dimonitor.

2.8 Konsep Manajemen Rantai Pasok

2.8.1 Pengertian Manajemen Rantai Pasok

Menurut (Martono, 2019) dalam bukunya yang berjudul “ Dasar-Dasar Manajemen Rantai Pasok”, Manajemen rantai pasok atau *Supply Chain Management* (SCM) adalah ilmu manajemen logistik sebagai sistem terintegrasi yang mengoordinasikan keseluruhan proses didalam organisasi atau

perusahaan yang mempersiapkan dan menyampaikan produk atau barang kepada konsumen. Proses ini mencakup perencanaan (*plan*), sumber input (*source*), yaitu bahan mentah dari pemasok, transformasi bahan mentah menjadi barang jadi (*make*), transportasi, distribusi, pergudangan (*deliver*), sistem informasi, pembayaran barang, sampai barang di konsumsi oleh konsumen dan tahap akhirnya adalah layanan pengembalian produk (*return*).

Menurut Heizer & Render (Irayana et al., 2023) Manajemen rantai pasok merupakan pengintegrasian aktivitas pengadaan bahan baku, yang mengubah menjadi produk setengah jadi maupun produk jadi, serta dilakukan pengiriman kepada konsumen. Seluruh aktivitas tersebut memerlukan koordinasi antara rantai pasokan satu dengan lainnya, karena pada dasarnya semua perusahaan memiliki tujuan yang sama, yaitu memberikan produk terbaik kepada para konsumen akhir.

Menurut Thomas (Irayana et al., 2023) manajemen rantai pasok merupakan sekumpulan aktivitas dalam bentuk entitas atau fasilitas yang terlibat dalam proses produksi dan distribusi barang yang dimulai dari bahan baku sampai produk jadi ke tangan konsumen akhir. Proses tersebut terdiri dari perusahaan yang mengangkat bahan baku, pabrik yang memproduksi bahan baku menjadi barang setengah jadi, pabrik yang memproduksi barang setengah jadi menjadi barang jadi serta pendistribusian barang jadi sampai ke konsumen akhir.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa Manajemen Rantai Pasok (*Supply Chain Management*) merupakan sistem

terpadu aktivitas perusahaan yang mencakup aliran barang, informasi, proses produksi, pendistribusian, hingga sampai ke tangan konsumen.

2.8.2 Komponen Manajemen Rantai Pasok

Menurut Nursani & Rachman (Irayana et al., 2023) ada tiga macam komponen dalam *Supply Chain Management* diantaranya: 1) Rantai pasok hulu (*upstream supply chain*), bagian hulu *supply chain* meliputi berbagai aktivitas dari suatu organisasi korporasi atau institusi dengan para pemasok (dapat berupa pabrik/manufaktur, agen tunggal, distributor, perantara, pedagang eceran, hingga penyedia layanan jasa). Aktivitas yang utama adalah proses perencanaan, serta pencarian pemasok dan pengadaan barang/jasa. 2) Rantai pasok internal (*internal supply chain*), meliputi semua proses penerimaan barang ke gudang atau jasa yang disediakan rekanan pemasok, agar dapat digunakan untuk keperluan proses rantai pasok internal, baik proses penggunaan, produksi, atau rencana alokasi persediaan, didalam rantai pasok internal. Perhatian yang utama adalah manajemen produksi, penyimpanan dan pengendalian persediaan, serta manajemen pengendalian mutu serta 3) Rantai pasok hilir (*downstream supply chain*), meliputi semua aktivitas yang melibatkan proses transportasi dan distribusi dari alokasi persediaan atau barang yang tersedia dalam proses rantai pasok internal, kepada penerima akhir. Penerima akhir dapat berupa pabrik atau manufaktur, agen tunggal, distributor, perantara, pedagang eceran, hingga penyedia layanan jasa.

2.9 Konsep Digital Marketing

2.9.1 Pengertian Digital Marketing

Menurut Nadya (dalam Indrapura & Fadli, 2023) *digital marketing* adalah pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital. Salah satu bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (*e-marketing*).

Menurut Berthon, Pitt, & Watson (dalam Indrapura & Fadli, 2023) *Digital Marketing* didefinisikan sebagai sebuah alat yang membentuk hubungan, sebuah medium untuk mempertemukan dan memfasilitasi interaksi dari para penjual dan pembeli.

Menurut Bayo-Morlones & Lera-Lopez (dalam Indrapura & Fadli, 2023) *Digital Marketing* membantu sebuah perusahaan dalam mempromosikan dan memasarkan produk maupun jasa yang mereka punya.

Digital Marketing juga dapat membuat atau membuka pasar baru yang sebelumnya tertutup karena adanya keterbatasan waktu, Penggunaan informasi digital memberikan manfaat bagi masyarakat, efisiensi, kenyamanan, informasi yang lebih relevan, harga bersaing, dan pengurangan biaya.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa *Digital Marketing* merupakan sebuah media pemasaran menggunakan platform internet untuk menghubungkan dan memfasilitasi interaksi antara penjual dengan pembeli secara online.

2.9.2 Jenis-Jenis Digital Marketing

Menurut Wati (Rauf et al., 2024) jenis-jenis digital marketing dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) *Website*.
Di era digital, sudah banyak produk atau jasa yang menggunakan website, sebagai sarana untuk promosi dan memasarkan produk yang dijual atau ditawarkan.
- 2) *Social Media Marketing*.
Untuk meningkatkan visibilitas di internet dan mempromosikan produk dan layanan yaitu menggunakan pemasaran dengan situs media sosial. Jenis pemasaran ini berguna untuk membangun jejaring sosial dan bisnis dan juga menjadi jembatan untuk bertukar ide, pengetahuan, bahkan komunikasi antar pengguna.
- 3) *Search Engine* atau Mesin Pencarian.
Website yang khusus untuk mengumpulkan daftar website yang bisa ditemukan di internet dalam data base yang kemudian menampilkan daftar indeks berdasarkan kata kunci atau keyword yang dicari oleh user.
- 4) Iklan secara Online.
Media periklanan secara online perlu mempersiapkan dana promosi terlebih dahulu.

2.10 Konsep Efektivitas

2.10.1 Pengertian Efektivitas

Menurut Ravianto (dalam Wahyudi et al., 2023) efektivitas adalah seberapa baik pekerjaan yang dilakukan, sejauh mana orang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan. Jadi, jika sesuatu pekerjaan dapat

diselesaikan sesuai dengan perencanaan, baik dalam waktu, biaya, maupun mutunya, maka dapat dikatakan efektif.

Menurut Kurniawan (dalam Purnamawati et al., 2022) menyatakan efektivitas sebagai kemampuan melaksanakan tugas, fungsi operasi kegiatan, program atau misi organisasi atau sejenisnya yang tidak adanya tekanan atau ketegangan diantara pelaksanaannya.

Menurut Komarudin (dalam Yunus et al., 2022) dalam bukunya yang berjudul “Kepemimpinan dan Efektivitas Kerja” menyatakan bahwa Efektivitas adalah suatu keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan kegiatan manajemen dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan dulu.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa Efektivitas adalah kemampuan dalam melaksanakan tugas sesuai rencana yang dilakukan itu berhasil dengan baik.

2.10.2 Unsur-Unsur Efektivitas

Unsur-unsur efektivitas merupakan ruang lingkup yng menjadi pembangun efektivitas itu sendiri (Anshori & Nurohman, 2022).

Menurut Cahyono (dalam Anshori & Nurohman, 2022) unsur-unsur efektivitas terbagi atas tiga bagian, yaitu :

- 1) Unsur sumber daya manusia. Dalam hal ini sumber daya manusia merupakan faktor utama dalam berbagai aktivitas guna mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan.
- 2) Sumber Daya bukan Manusia. Merupakan unsur kedua dari suber daya manusia yang memiliki peran dalam suatu kegiatan atau aktivitas misalnya antara lain modal tenaga kerja, mesin, peralatan dan sebagainya yang semuanya tentu menunjang keberhasilan organisasi.
- 3) Unsur Hasil yang Dicapai sesuai dengan Tujuan. Hasil merupakan tujuan akhir dari suatu kegiatan. Untuk mencapai hasil yang maksimal, maka seluruh bagian kegiatan yang dilaksanakan harus menggunakan kedua sumber diatas.

2.11 Konsep Teknologi Informasi

2.11.1 Pengertian Teknologi Informasi

Menurut M. Suyanto (dalam Abi et al., 2022) Teknologi Informasi merujuk pada seluruh bentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah, dan menggunakan informasi dalam segala bentuknya.

Menurut Turban (dalam Agustika et al., 2023) teknologi informasi adalah sekumpulan sumber daya informasi perusahaan, penggunaannya dan manajemen yang mendukungnya, termasuk infrastruktur TI dan semua sistem informasi perusahaan lainnya.

Menurut Baharudin (dalam Rahma et al., 2021) teknologi informasi adalah sebuah perangkat elektronik yang berfungsi mengolah data sehingga dapat memproses, menyimpan informasi bahkan mengirimkan informasi yang berkualitas, informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, sehingga dapat digunakan untuk keperluan pribadi, pendidikan, bisnis, dan pemerintahan dan mer upakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa Teknologi Informasi merupakan alat dari sistem informasi yang berfungsi untuk menyimpan, mengolah, dan menyebarkan informasi untuk membantu dalam tugas pemrosesan data yang mencakup teknologi komunikasi.

Peran Teknologi Informasi menurut Abdul Kadir (dalam Agustika et al., 2023) adalah :

- 1) Teknologi informasi menggantikan peran manusia. Dalam hal ini, teknologi informasi mengotomatiskan suatu tugas atau proses.
- 2) Teknologi meningkatkan peran manusia dengan memberikan informasi tentang tugas atau proses.
- 3) Teknologi informasi berperan dalam membentuk kembali peran manusia.

2.11.2 Indikator Teknologi Informasi

Indikator teknologi informasi menurut Muslihudin dan Oktafianto (dalam Lamasitudju et al., 2023) yaitu :

- 1) *Hardware*, yaitu terdiri dari komponen input, proses, output dan jaringan.
- 2) *Software*, yaitu terdiri dari komponen operasi, utilitas dan aplikasi.
- 3) Data, mencakup struktur data, keamanan dan integritas data.
- 4) Prosedur, seperti dokumentasi, prosedur sistem, buku petunjuk operasi dan teknis.
- 5) Manusia, yaitu pihak yang terlibat dalam penggunaan sistem informasi.

2.12 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang sudah dilakukan yang digunakan sebagai acuan bagi penulis dalam melakukan suatu penelitian. Penelitian terdahulu dapat memperkaya teori penulis dan dijadikan sebagai sumber referensi untuk memperdalam bahan kajian penelitian. Berikut beberapa penelitian terdahulu :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Masyhar Muharam, Andhika Giri Persada, 2020	Implementasi Penggunaan <i>Website</i> Sebagai Media Informasi dan Media Pemasaran Hasil Pertanian dan Peternakan Desa Sumberejo	Keterkaitan penelitian ini membahas tentang Implementasi <i>Website</i> dan menggunakan metode kualitatif	Penelitian terdahulu fokus dalam variabel pertanian dan peternakan serta <i>website</i> sebagai media pemasaran	Hasil penelitian ini berupa implementasi sistem berbasis <i>web</i> untuk meningkatkan jangkauan pasar dalam hal informasi tentang Desa Sumberejo
2.	Resya Fitri Hadi Febryana, Adam Hendra Brata, Agus Wahyu Widodo, 2020	Pengembangan Sistem Informasi Manajemen Produksi Telur PT. Vega Nusa Argita berbasis <i>Web</i> (Studi Kasus : Desa Watukebo Kecamatan Rogojampi Banyuwangi)	Keterkaitan penelitian ini membahas tentang Teknologi Informasi berbasis <i>Web</i> untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pekerjaan dalam sub sektor unggas dengan menggunakan metode kualitatif	Penelitian terdahulu fokus dalam mengembangkan dan membangun sistem berbasis <i>website</i> berupa pencatatan kegiatan produksi telur ayam	Hasil penelitian ini berupa pengimplementasian program <i>web</i> pencatatan kegiatan produksi telur ayam yang sudah melewati proses pengembangan dari segi analisis kebutuhan. Sistem dapat dioperasikan pada 5 <i>browser</i> berbeda (<i>Internet Explorer, Mozilla Firefox, Safari, dan Google Chrome</i>)
3.	I Putu Agus Eka Darma Udayana, 2023	Peningkatan Efektivitas Bisnis Pada Kelompok Peternakan Ayam Petelur Melalui Penerapan Sistem Informasi	Keterkaitan penelitian ini membahas tentang Peningkatan Efektivitas Melalui Penerapan Sistem Informasi untuk sektor Peternakan Unggas	Penelitian terdahulu fokus ke dalam penelitian ayam ras petelur	Hasil penelitian ini berupa pemberian perangkat komputer dan 2 sistem berbasis <i>web</i> yaitu sistem akuntansi untuk masalah penjualan dan sistem inventory untuk masalah gudang

4.	Muh. Adam, Muhlis Maha Jaya, A. Syarifah Aulia, Armiana, 2023	Pengembangan Sistem Informasi Pertanian, Peternakan, dan Perdagangan Berbasis <i>Web</i> Dalam Mendukung Kesejahteraan Masyarakat	Keterkaitan penelitian ini membahas tentang pengimplementasian sistem informasi berbasis <i>web</i>	Penelitian terdahulu fokus dalam variabel sektor pertanian, peternakan, dan perdagangan	Hasil penelitian ini berupa aplikasi perancangan sistem berbasis <i>web</i> yang dapat digunakan oleh petani, peternak dan pedagang untuk mengetahui informasi update harga pangan. <i>Web</i> dibuat menggunakan HTML
5.	Yudi Kristyawan, Khoiril Afif, Slamet Kacung, 2024	Perancangan Sistem Informasi Analisis <i>Break Even Point</i> dan Stok pada Budidaya Ayam Potong	Keterkaitan penelitian ini membahas tentang sistem informasi berbasis <i>web</i>	Penelitian terdahulu fokus ke dalam analisis <i>break even point</i> dan stok budidaya ayam potong	Hasil penelitian ini berupa perancangan sistem informasi berbasis <i>web</i> untuk pencatatan biaya produksi ayam potong dan menentukan harga jual sesuai <i>break even point</i>

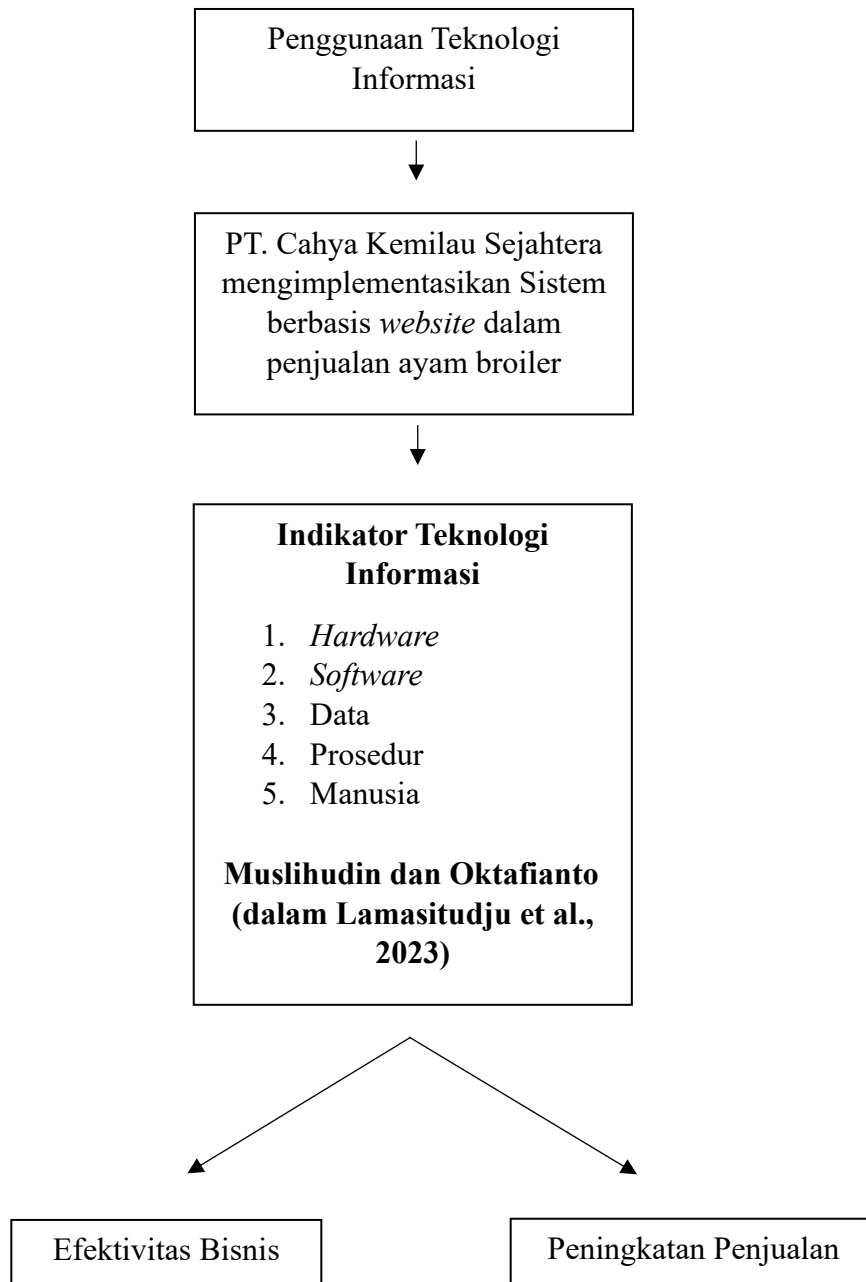
Berdasarkan penelitian terdahulu, judul penelitian yang dilakukan berbeda dengan penelitian sebelumnya.

2.13 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan dasar pemikiran yang dapat membantu peneliti untuk mengembangkan kajian dalam penelitian atau karya tulis yang disusun berdasarkan fakta, observasi, dan kajian kepustakaan. Kerangka pemikiran dapat menjadi pedoman dalam mengatasi permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini akan diuraikan kerangka pemikiran mengenai Implementasi Teknologi Informasi Berbasis *Website* Dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan Ayam Broiler.

Indikator dari Teknologi Informasi menurut Muslihudin dan Oktafianto (dalam Lamasitudju et al., 2023) yaitu :

- 1) *Hardware*, yaitu terdiri dari komponen input, proses, output dan jaringan.
- 2) *Software*, yaitu terdiri dari komponen operasi, utilitas dan aplikasi.
- 3) *Data*, mencakup struktur data, keamanan dan integritas data.
- 4) *Prosedur*, seperti dokumentasi, prosedur sistem, buku petunjuk operasi dan teknis.
- 5) *Manusia*, yaitu pihak yang terlibat dalam penggunaan sistem informasi.

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.14 Proposisi

Proposisi adalah pernyataan mengenai hal-hal yang dapat dinilai benar atau salahnya (Arimurti et al., 2023). Peneliti mengajukan proposisi bahwa dengan mengimplementasikan teknologi informasi berbasis *website* akan meningkatkan efektivitas penjualan apabila dalam pelaksanaan penjualan tersebut menggunakan sistem berbasis *website* pada PT. Cahya Kemilau Sejahtera. Dengan adanya sistem yang dapat mengintegrasikan seluruh data, membuat kegiatan penjualan ayam broiler bisa berjalan dengan lancar.