

Pengembangan dan Penerapan Sistem *Point of Sales* untuk Kontrol Inventori dan Penjualan De ISI Parfum

Lenny Halim¹, Herlina², Bektı Suratmanto³
 Univeristas Atma Jaya Yogyakarta, Jalan Babarsari No. 43, Depok, Sleman, DIY^{1,2,3}
 Email: lenny.halim@uajy.ac.id

Received 2 June 2024; Revised: - ; Accepted for Publication 18 June 2024; Published 30 June 2024

Abstract — *The promising potential of the perfume market in Indonesia and the ease of entry have led to the emergence of perfume replenishment small and medium enterprises (SMEs), one of which is De ISI Parfum. Like SMEs in general, De ISI Parfum struggles with manual sales and inventory systems, especially due to large amount of inventory (>445 items). The issues are human error, data tracking, synchronization of sales and inventory data, and reporting time. This service is aimed at developing a Point of Sales (POS) system to record sales and control inventory at De ISI Parfum. The implementation of the service consisted of three phases, namely problem identification and needs analysis, development, and training of the POS system. Business process mapping and interrelationship diagram were used to identify weaknesses in the business processes and the needs of De ISI Parfum. The development of a web-based POS includes a menu for the management of employee data, members, suppliers, master items, inventory control, promotions, purchase, sales and operational transactions. It can also provide revenue and profit and loss reporting. The impacts of the service are reducing administrative time for recapitulating sales data, monitoring inventory to make purchase decisions, and monitoring operational activities.*

Keywords — *point of sales, perfume, computer-based information system, inventory recording, sales reporting.*

Abstrak—Potensi pasar parfum di Indonesia yang menjanjikan dan kemudahan masuk dalam bisnis parfum membuat usaha parfum *refill* bermunculan, salah satunya adalah De ISI Parfum. Sama seperti usaha kecil dan menengah pada umumnya, De ISI Parfum mengalami masalah dengan sistem pencatatan manual penjualan dan inventori, terutama dengan banyaknya inventori yang dikelola (>445 item). Masalah yang dialami, antara lain *human error*, ketelusuran data, sinkronisasi data penjualan dan inventori, dan waktu rekapitulasi. Pengabdian ini ditujukan untuk membuat sistem *point of sales* yang dapat digunakan dalam pencatatan penjualan dan kontrol inventori di De ISI Parfum. Pelaksanaan pengabdian dibagi menjadi tiga tahap, yaitu identifikasi masalah dan analisis kebutuhan, pengembangan, dan pelatihan sistem *point of sales*. Pemetaan proses bisnis dan diagram hubungan masalah dibuat untuk membantu mengidentifikasi masalah dan kelemahan proses bisnis, sekaligus kebutuhan De ISI Parfum. Pengembangan sistem *point of sales* berbasis web mencakup menu pengelolaan data karyawan, *member*, *supplier*, master barang termasuk cek stok barang, promo, transaksi pembelian, penjualan, dan operasional. Sistem juga dapat menampilkan laporan pendapatan dan laba/rugi. Dari hasil wawancara diketahui dampak pengabdian bagi De ISI Parfum antara lain: pemangkasan waktu administrasi rekapitulasi data penjualan, mempermudah pemantauan inventori untuk dasar pengambilan keputusan *restock*, dan mempermudah pemantauan operasional.

Kata Kunci—*point of sales, parfum, sistem informasi berbasis komputer, pencatatan inventori, pencatatan penjualan.*

I. PENDAHULUAN

Parfum merupakan bagian dari gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dari sebagian besar penduduk Indonesia saat ini. Persentase penduduk wanita sebesar 49,42% dan jumlah penduduk yang besar membuat Indonesia menjadi salah satu pasar parfum potensial bagi investor lokal dan asing. Hal ini dapat dibuktikan secara statistik, pendapatan pasar parfum di Indonesia pada tahun 2024 senilai 0,44 juta dolar dengan laju pertumbuhan pasar per tahun sekitar 2.73% [1]. Walaupun pasar parfum di Indonesia dikuasai oleh *brand* domestik maupun internasional, potensi pasar yang menjanjikan serta kebutuhan modal awal yang tidak terlalu besar (< 30 juta rupiah) membuat usaha parfum *refill* bermunculan. Data statistik juga menunjukkan bahwa 70% penjualan parfum di Indonesia dikuasai oleh parfum *non-luxury*.

De ISI Parfum merupakan outlet parfum *refill* yang didirikan oleh Saudara Dito Adhisatria, S.E. pada tanggal 1 Maret 2017. De ISI Parfum terletak di Jalan Parangtritis km. 6, Bantul. Kegiatan operasional De ISI Parfum dilakukan oleh pemilik yang dibantu oleh 2 (dua) orang karyawan untuk menangani order customer, pembelian stok, pencatatan stok (inventori), dan pencatatan penjualan. Hingga tahun 2024, De ISI Parfum telah membuka dua cabang lainnya, satu cabang terletak di Jalan Parangtritis, Yogyakarta dengan nama Iluzion Parfum, dan satu cabang di Magelang dengan nama Delliz Sense Parfum.

Untuk mempertahankan daya saing dengan kompetitor parfum *refill* lainnya, De ISI Parfum secara rutin melakukan *update* varian produk parfum. Penambahan varian produk baru penting untuk memenuhi keinginan pelanggan karena 50% pelanggan mencari wangi parfum yang terbaru. Penambahan varian produk memberikan konsekuensi pada penambahan inventori yang harus dikelola oleh De ISI Parfum. Pengelolaan inventori ini akan mempengaruhi bagaimana pemilik menentukan keputusan pembelian kembali (*reorder point*) bagi varian produk tertentu atau menghentikan pembelian varian produk lainnya dan bagaimana pemilik mengatur arus kas (*cash flow*) untuk operasional *outlet*.

Pengelolaan inventori saat ini dilakukan dengan pencatatan secara manual bersama dengan pencatatan penjualan. Hingga awal tahun 2021, terdapat 445 item inventori yang harus dikelola oleh De ISI Parfum, yang terdiri dari parfum dengan varian wangi yang berbeda, botol parfum, pelarut, dan fiksatif untuk memproduksi parfum

refill. Dengan banyaknya jenis inventori yang dikelola, pencatatan manual memiliki beberapa kelemahan, antara lain: kesulitan untuk menelusuri data, kemungkinan *human error* untuk sinkronisasi antara data penjualan dan data inventori, serta kurang efektifnya sistem manual untuk mengelola jumlah data yang semakin banyak.

Penggunaan sistem informasi berbasis komputer di usaha menengah dan kecil bahkan usaha besar sekalipun terbukti telah meningkatkan daya saing usaha dengan mengeliminasi *waste* [2], mencapai *sustainable competitive advantage* dengan peningkatan hubungan, keuntungan strategis, pangsa pasar, dan reduksi biaya [3], [4]. Lebih lanjut, penggunaan sistem informasi dapat membantu usaha/perusahaan untuk menjawab tantangan bisnis yang ada. [5]

Sistem *point of sales* telah banyak diterapkan di industri retail dan jasa untuk meningkatkan efektivitas pencatatan transaksi, pembuatan laporan, dan kontrol inventori [6], [7], [8]. Sistem ini menggantikan sistem tradisional dalam jual beli yang dilakukan secara manual. Penyimpanan data harga produk, pencatatan pendapatan dan produk keluar dapat dipermudah dengan penggunaan sistem *point of sales*, sehingga pekerjaan input data tidak dilakukan berulang kali. Perkembangan teknologi memungkinkan sistem ini terhubung dengan *cloud* yang dapat mempermudah akses dan penyimpanan data.

Pengabdian masyarakat ini ditujukan untuk membuat sistem *point of sales* yang dapat digunakan dalam pencatatan penjualan dan kontrol inventori di De ISI Parfum. Diharapkan penerapan *point of sales* dapat mereduksi waktu kegiatan administrasi De ISI Parfum, memungkinkan pemantauan stok dan keuangan, serta mengorganisasi data untuk pengambilan keputusan bisnis.

II. METODE PENGABDIAN

A. Target Pengabdian

Pengabdian ini bekerja sama dengan De ISI Parfum yang bergerak di bidang ritel produk parfum (*fragrance*) dengan dua *channel* penjualan, yakni secara *online* dan *offline*. Penjualan *offline* dilakukan melalui outlet parfum yang terletak di Jalan Parangtritis, sedangkan penjualan *online* dilakukan melalui *marketplace* Shopee dan Tokopedia. Untuk menangani kegiatan operasionalnya, De ISI Parfum dikelola langsung oleh pemilik dan dua orang karyawan.

B. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

Pelaksanaan pengabdian dibagi menjadi tiga tahap, yaitu identifikasi masalah dan analisis kebutuhan, pengembangan, dan pelatihan sistem *point of sales*.

- (1) *Identifikasi masalah dan analisis kebutuhan*. Tahapan ini melakukan pengumpulan data dan informasi yang berkaitan dengan proses bisnis dan permasalahan yang dihadapi oleh De ISI Parfum. Metode yang digunakan dalam tahapan ini adalah wawancara dengan pemilik dan karyawan. Pemetaan proses bisnis sebelum implementasi (*as-is model*) juga dilakukan untuk mengidentifikasi kelemahan proses bisnis De ISI Parfum. Proses bisnis usulan (*to-be model*) dibuat memberikan gambaran kebutuhan sistem informasi yang akan dikembangkan.
- (2) *Pengembangan sistem point of sales*. Berdasarkan hasil dari tahapan identifikasi masalah dan analisis kebutuhan, maka tahapan selanjutnya adalah desain dan

pengembangan sistem. Sistem dikembangkan dalam *platform web* dengan pertimbangan kemudahan mobilitas dan pencatatan jika terjadi penambahan cabang.

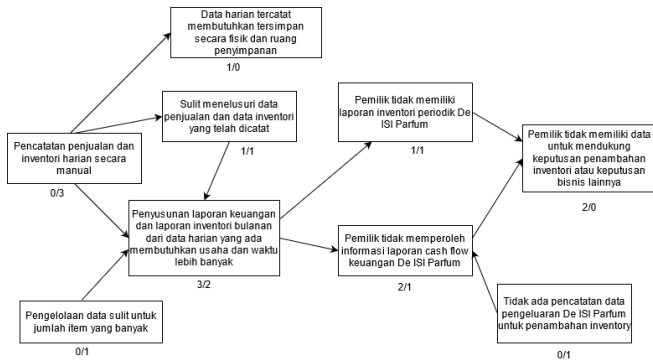
- (3) *Pelatihan sistem point of sales*. Untuk mempermudah penggunaan sistem yang telah dikembangkan, maka diadakan pelatihan penggunaan sistem secara langsung kepada pemilik dan karyawan. Pelaksanaan pelatihan penggunaan sistem disertai dengan modul pelatihan yang meliputi: pengantar sistem *point of sales*, penjelasan fungsionalitas sistem, dan *troubleshooting*.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identifikasi Masalah dan Analisis Kebutuhan

Kegiatan pengabdian ini diawali dengan identifikasi masalah dan analisis kebutuhan mitra. Pada tahapan awal ini, terdapat beberapa hal yang dapat diidentifikasi melalui wawancara dengan pemilik dan karyawan, yaitu kegiatan operasional/proses bisnis dan permasalahan De ISI Parfum. Gambar 1 merupakan gambaran proses bisnis De ISI Parfum dalam menjalankan kegiatan operasional sehari-hari.

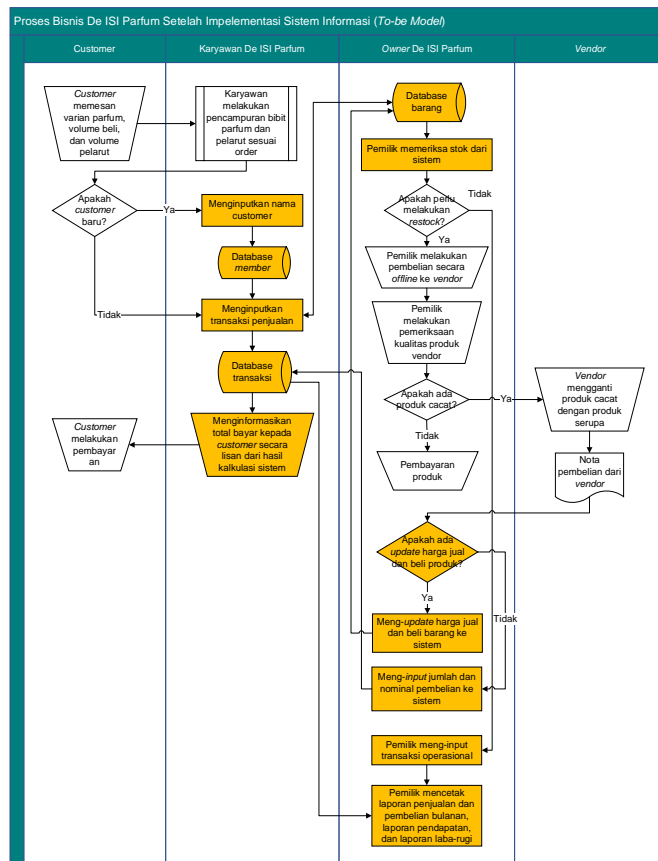
Penerimaan *order* dari *customer* dibedakan menjadi *order offline* dan *online*. Secara umum, proses penanganan *order customer* dimulai dari pemilihan varian produk oleh *customer* dan perbandingan volume parfum dengan pelarut. Karyawan kemudian melakukan pencampuran bibit parfum dengan dengan pelarut alkohol dan dimasukkan ke dalam botol parfum yang sesuai dengan volume pembelian *customer*. *Order customer* secara *online* sedikit berbeda dengan proses penanganannya karena variasi *order* tidak sebanyak jika dilakukan secara *offline*. Dalam penanganan *order* secara *online*, terdapat proses tambahan untuk *sealing* botol parfum agar botol parfum tidak mudah bocor, dilanjutkan dengan pengemasan ke dalam dus produk dan pengemasan untuk pengiriman produk.



Gambar 3. Diagram Hubungan Masalah di De ISI Parfum

Solusi terpilih untuk mengatasi masalah De ISI Parfum adalah sistem informasi berbasis web untuk mencatat data transaksi penjualan ke *customer* dan transaksi pembelian dari vendor. Selain itu, pencatatan data penjualan diharapkan sekaligus mengurangi inventori dari transaksi penjualan dan melakukan penambahan inventori dari transaksi pembelian untuk memudahkan pemantauan inventori.

Perbaikan proses bisnis perlu dilakukan organisasi untuk mendukung penerapan sistem informasi dan mendeskripsikan perubahan peran dan fungsi tiap bagian dalam organisasi atau usaha [5]. Penggunaan sistem informasi akan meningkatkan proses bisnis yang dilakukan di De ISI Parfum dengan beberapa revisi aktivitas yang dapat dilihat pada Gambar 4 dan Tabel 2.



Gambar 4. Proses Bisnis De ISI Parfum Usulan (*To-Be Model*)

Tabel 1. Perbedaan Proses Bisnis *As-Is* dan *To-Be* De ISI Parfum

Proses Bisnis Sebelum Implementasi (<i>As-Is Model</i>)	Proses Bisnis Setelah Implementasi (<i>To-be model</i>)	Kelemahan Proses Bisnis yang Diatasi
Loyalitas customer didorong dengan pemberian cap pada kartu <i>customer</i> yang dapat ditukarkan dengan produk	Data <i>member (customer)</i> direkap pada sistem dan frekuensi pembelian akan terekam tanpa perlu cap	-
Perhitungan total bayar <i>customer</i> dilakukan secara manual oleh karyawan atau pemilik	Sistem melakukan perhitungan dari <i>database</i> barang (produk), harga akan mengikuti data harga jual terbaru	(1), (3)
Pencatatan transaksi penjualan di buku secara manual	Pencatatan transaksi penjualan di sistem sehingga memudahkan rekapitulasi pendapatan	(1)
Pemeriksaan stok dari buku catatan, diperlukan pencarian data dengan meneliti catatan satu per satu dan memeriksa stok fisik	Pemeriksaan stok dilakukan di sistem, dengan memberikan tanda pada stok yang menipis (kritis)	(1)
Update harga barang dilakukan secara lisan kepada karyawan	Update data barang dilakukan oleh pemilik/karyawan dan terekam di sistem	(3)
Tidak ada pencatatan data pengeluaran untuk penambahan inventori	Data pengeluaran dari pembelian vendor direkapitulasi di sistem untuk menghitung profit dan laporan laba rugi.	(2)
Tidak ada pencatatan data operasional	Data pengeluaran operasional direkapitulasi di sistem untuk menghitung profit dan laporan laba rugi.	(2)

B. Pengembangan Sistem *Point of Sales*

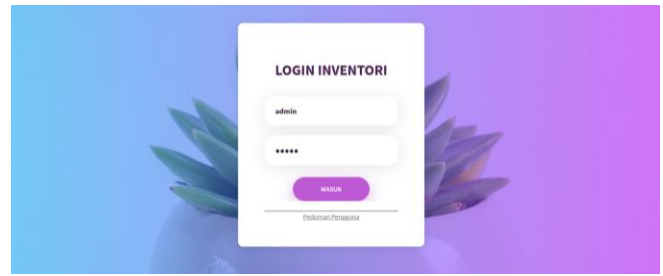
Sistem informasi yang dikembangkan bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan utama yang terjadi dalam kegiatan operasional De ISI Parfum, terutama pada pengelolaan transaksi penjualan, stok atau inventori, dan laporan keuangan.

Pengguna sistem informasi dikelompokkan menjadi tiga tipe pengguna, yaitu admin, *manager*, dan karyawan. Admin dapat mengakses seluruh menu atau fitur yang terdapat pada sistem ini. *Manager* dapat mengakses menu *member*, *supplier*, master barang, promo/diskon, transaksi, dan laporan. Karyawan dapat mengakses *member*, master barang, transaksi, dan beberapa laporan. Tabel 2 menunjukkan daftar menu sistem yang telah dikembangkan sesuai dengan kebutuhan De ISI Parfum.

Tabel 2. Menu dan Detil Fungsionalitas Sistem

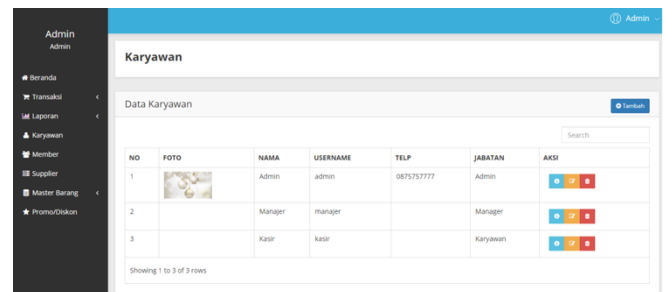
No.	Nama Menu	Detil Fungsionalitas	Tipe Pengguna
1	Karyawan	<ul style="list-style-type: none"> Tambah Karyawan Lihat Karyawan Ubah Karyawan Hapus Karyawan 	Admin
2	Member	<ul style="list-style-type: none"> Tambah Member Ubah Member Hapus Member Import Member Unduh Member 	Admin, Manager, Karyawan
3	Supplier	<ul style="list-style-type: none"> Tambah Supplier Ubah Supplier Hapus Supplier Import Supplier Unduh Supplier 	Admin, Manager
4	Master Barang	Terbagi menjadi tiga, yaitu data barang, kategori, dan satuan. Data barang: <ul style="list-style-type: none"> Tambah Barang Ubah Barang Hapus Barang Cek Stok Barang Import Barang Unduh Barang Data kategori: <ul style="list-style-type: none"> Tambah Kategori Ubah Kategori Hapus Kategori Data Satuan: <ul style="list-style-type: none"> Tambah Satuan Ubah Satuan Hapus Satuan 	Admin, Manager, Karyawan
5	Promo/ Diskon	<ul style="list-style-type: none"> Tambah Promo Ubah Promo Hapus Promo 	Admin, Manager
6	Transaksi	<ul style="list-style-type: none"> Pembelian Penjualan Operasional: Tambah/Ubah/Hapus 	Admin, Manager, Karyawan
7	Laporan	<ul style="list-style-type: none"> Pendapatan Laba/Rugi 	Admin, Manager
		<ul style="list-style-type: none"> Pembelian Penjualan Operasional 	Admin, Manager, Karyawan

Beberapa tangkapan layar dari sistem informasi yang dikembangkan dapat dilihat pada Gambar 5 hingga Gambar 13. Gambar 5 merupakan halaman *login*, pengguna dapat *login* ke sistem dengan menggunakan *username* dan *password* yang dimiliki. Setelah berhasil *login*, menu yang diaktifkan adalah sesuai dengan tipe pengguna (dapat dilihat pada Tabel 2).



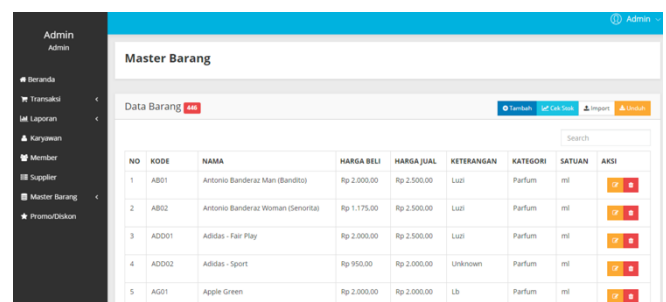
Gambar 5. Halaman *Login*

Gambar 6 merupakan halaman menu Karyawan yang digunakan untuk mengelola data pengguna yang dapat *login* ke dalam sistem. Pada halaman Karyawan terdapat beberapa aksi yang dapat dilakukan, yaitu menambah data karyawan, mengubah data karyawan, melihat detail data karyawan, dan menghapus data karyawan. Menu *Member* dan *Supplier* memiliki fitur dan tampilan yang sama dengan menu Karyawan, tetapi data yang dikelola adalah data *member* dan data *supplier*.

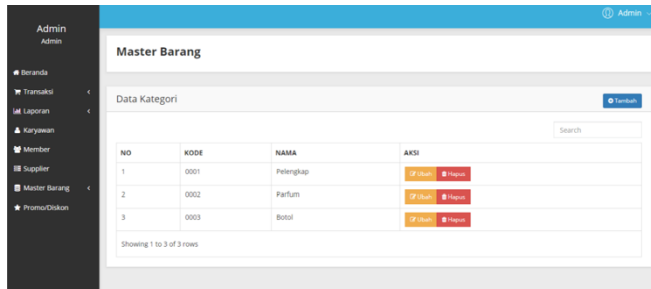


Gambar 6. Menu Karyawan

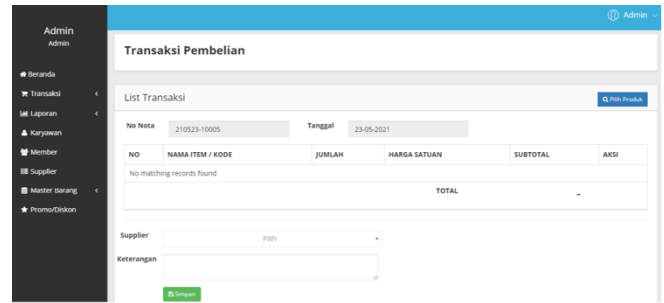
Gambar 7, 8, dan 9 merupakan detil dari menu master barang yang digunakan untuk mengelola data barang, kategori dan satuan. Pada halaman data barang mengelola beberapa hal, antara lain yaitu menambah, mengubah, menghapus, cek stok, import dengan menggunakan file Excel, dan mengunduh data barang dalam format file Excel. Halaman data kategori digunakan untuk menambah, mengubah, dan menghapus data kategori barang. Halaman data satuan digunakan untuk menambah, mengubah, dan menghapus data satuan barang.



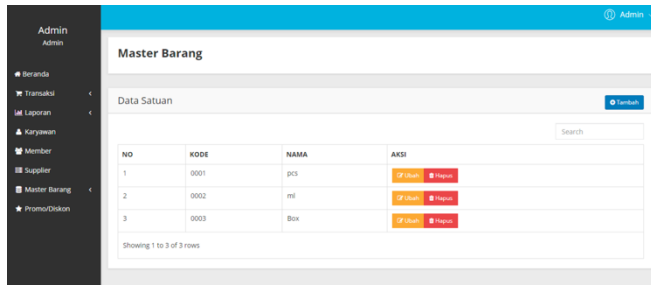
Gambar 7. Menu Master Barang – Data Barang



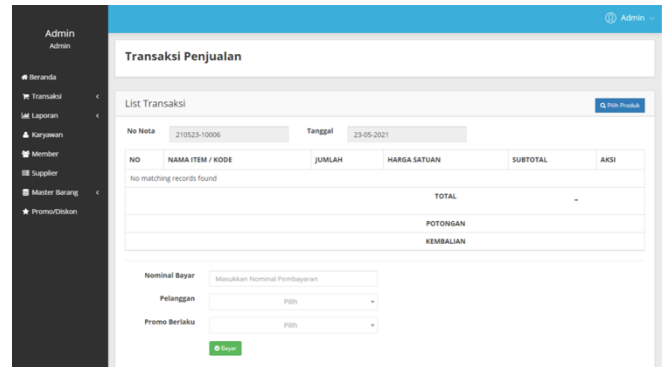
Gambar 8. Menu Master Barang – Data Kategori



Gambar 11. Menu Transaksi – Pembelian

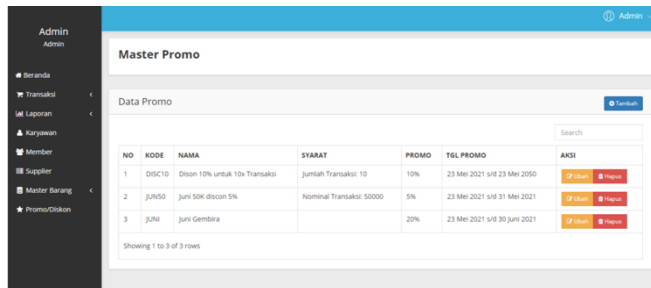


Gambar 9. Menu Master Barang – Data Satuan

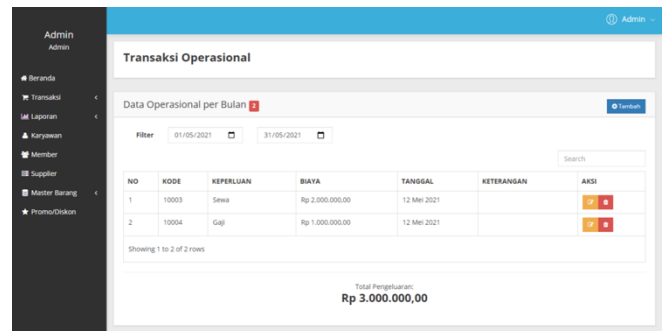


Gambar 12. Menu Transaksi – Penjualan

Gambar 10 merupakan halaman menu promo/diskon yang digunakan untuk mengelola data promo/diskon, antara lain: menambah, mengubah, dan menghapus data promo/diskon. Halaman ini juga terhubung dengan menu transaksi penjualan, sehingga pesanan *customer* akan mendapatkan promo/diskon sesuai dengan pemetaan promo/diskon pada halaman ini.



Gambar 10. Menu Promo/Diskon



Gambar 13. Menu Transaksi – Operasional

Gambar 11, 12, dan 13 merupakan detail dari menu transaksi yang digunakan untuk mengelola transaksi pembelian, penjualan, dan operasional. Halaman pembelian dipergunakan untuk mengelola pembelian dengan mendata pembelian yang dilakukan oleh De ISI Parfum untuk memperbaharui data persediaan barang. Halaman penjualan digunakan untuk mengelola penjualan, yaitu dengan mendata pembelian yang dilakukan oleh *member*. Halaman operasional digunakan untuk mengelola data operasional per bulan dengan mendata seluruh pengeluaran yang dilakukan selain pengeluaran pembelian dari *vendor*, misalnya gaji karyawan, sewa gedung, dan lainnya.

Gambar 14, 15, dan 16 merupakan contoh laporan transaksi pembelian, penjualan, dan operasional yang dapat dicetak dari sistem ini. Laporan transaksi pembelian, penjualan, dan operasional merupakan rekap dari seluruh data yang diinput pada menu Transaksi. Laporan dapat dicetak sesuai dengan rentang waktu tertentu dengan memilih tanggal awal dan tanggal akhir dari transaksi yang ingin diketahui.

Laporan Transaksi Pembelian

No. Nota : 210306-10002
Tgl Transaksi : 02 Maret 2021
Kasir : Admin
Supplier : S1002 - Janti Jaya
Total Transaksi : Rp 450.000,00

Detail Transaksi:

NO	KODE	NAMA BARANG	HARGA SATUAN	JUMLAH	HARGA AKHIR
1	AG02	Apple Green	Rp 3.000,00	100 ml	Rp 300.000,00
2	Aigner001	Aigner - Black (Black Batman)	Rp 1.500,00	100 ml	Rp 150.000,00

Gambar 14. Laporan Transaksi Pembelian

Laporan Transaksi Penjualan

No. Nota : 210307-10003
Tgl Transaksi : 07 Maret 2021
Kasir : Admin
Pelanggan : C1002 - rere
Total Transaksi : Rp 60.000,00

Detail Transaksi:

NO	KODE	NAMA BARANG	HARGA SATUAN	JUMLAH	HARGA AKHIR
1	AG02	Apple Green	Rp 3.000,00	20 ml	Rp 60.000,00

Gambar 15. Laporan Transaksi Penjualan

Laporan Transaksi Operasional

NO	KODE	TRANSAKSI	TANGGAL	BIAYA	KASIR	KETERANGAN
1	10001	Sewa Gedung	05 Maret 2021	Rp 2.000,00	Admin	-
2	10002	Gaji Karyawan	07 Maret 2021	Rp 1.000,00	Admin	

Gambar 16. Laporan Transaksi Operasional

Gambar 17 dan 18 merupakan contoh laporan pendapatan dan laporan laba/rugi. Laporan pendapatan menampilkan rekap transaksi pendapatan dengan menampilkan seluruh transaksi penjualan dalam rentang waktu tertentu. Laporan laba/rugi menampilkan rekap keuntungan dan kerugian (bila ada) dari seluruh transaksi yang terjadi (pembelian, penjualan, dan operasional).

Laporan Pendapatan

01 Maret 2021 s/d 31 Maret 2021

NO	No. NOTA	TANGGAL	JML ITEM	TOTAL PEMBAYARAN	UANG BAYAR	UANG KEMBALI
1	210307-10003	07 Maret 2021	1	Rp 60.000,00	Rp 100.000,00	Rp 40.000,00
2	210314-10004	14 Maret 2021	3	Rp 66.000,00	Rp 100.000,00	Rp 34.000,00
TOTAL PENDAPATAN						Rp 126.000,00

Gambar 17. Laporan Pendapatan

Laporan Pendapatan Laba/Rugi

No. Nota : 210314-10004
Tgl Transaksi : 14 Maret 2021
Kasir : Admin
Pelanggan : C1001 - Jaya

Total Masuk : Rp 66.000,00
Total Keluar : Rp 72.850,00
Pendapatan : Rp -6.850,00

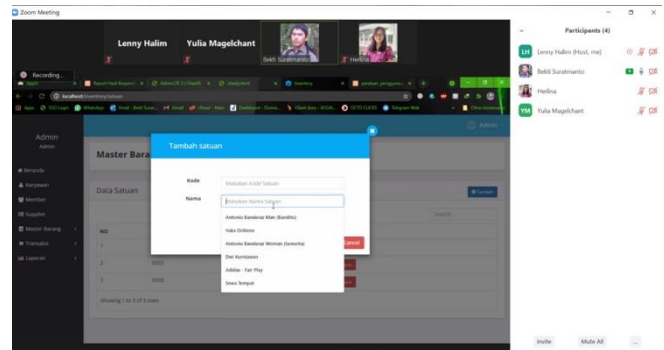
Detail Transaksi:

NO	KODE	NAMA BARANG	HARGA SATUAN	JUMLAH	TOTAL MASUK	TOTAL KELUAR	PENDAPATAN
1	AB01	Antonio Banderaz Man (Bandito)	Rp 2.500,00	20 ml	Rp 50.000,00	Rp 60.000,00	Rp -10.000,00
2	ADD02	Addas - Sport	Rp 2.000,00	3 ml	Rp 6.000,00	Rp 2.850,00	Rp 3.150,00
3	AG01	Apple Green	Rp 2.000,00	5 ml	Rp 10.000,00	Rp 10.000,00	-

Gambar 18. Laporan Laba/Rugi

C. Pelatihan Sistem Point of Sales

Untuk mempermudah penggunaan sistem informasi yang telah dikembangkan, maka pemilik dan karyawan De ISI Parfum dilatih dan didampingi secara intensif untuk dapat menggunakan sistem dengan baik dan lancar. Gambar 19 merupakan salah satu tangkapan layar saat pelatihan sistem dilaksanakan bersama dengan pemilik De ISI Parfum. Bersamaan dengan pelatihan ini juga disampaikan panduan penggunaan sistem dalam format PDF.



Gambar 19. Tangkapan Layar Pelatihan Sistem Informasi

Pemantauan dilakukan dalam rentang waktu 6 bulan untuk mengetahui apakah sistem informasi sudah dapat digunakan dengan baik oleh pemilik dan karyawan De ISI Parfum.

D. Dampak Implementasi Sistem Point of Sales dan Potensi Pengembangan

Pengukuran dampak pengabdian dilakukan secara kualitatif dengan wawancara kepada pemilik usaha parfum. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa sistem *point of sales* telah diimplementasikan tidak hanya di De ISI Parfum, tetapi juga di dua cabang toko parfum yang dimiliki Sdr. Dito Adhisatria, yaitu Iluzion Parfum di Yogyakarta dan Delliz Sense Parfum di Magelang. Dengan mengaplikasikan sistem informasi ini, pemilik dapat memantau penjualan tanpa harus bertanya ke toko atau datang secara langsung. Sistem ini juga memungkinkan pemilik memantau penjualan dan inventori toko di Yogyakarta ketika pemilik berada di cabang Magelang. Pemantauan juga dimudahkan karena nama karyawan yang melakukan transaksi terekam dalam *database*. Selain itu, keberadaan sistem membantu mengeliminasi *error* pencatatan keuangan dan mengurangi waktu perekapan data dari 1-2 hari/toko menjadi < 1 jam untuk ketiga toko. Pemeriksaan inventori untuk pengambilan keputusan stok ulang juga menjadi lebih cepat, dari awalnya sekitar 2-3 jam menjadi < 15 menit.

Keuntungan serupa dengan penerapan sistem *point of sales* ini telah terbukti pada usaha sejenis [6] ataupun yang berbeda [7]. Data inventori yang telah diorganisasi dalam *database* dapat menjadi input untuk peramalan permintaan bibit parfum. [9] Walaupun sistem informasi yang diterapkan di De ISI Parfum belum dapat memfasilitasi prediksi permintaan, tetapi data yang diperoleh dapat diekspor dalam bentuk Excel dan dianalisis untuk mencapai tujuan yang sama. Lebih lanjut penerapan sistem informasi pada beberapa Usaha Kecil dan Menengah telah diperluas hingga sistem penjualan berbasis web yang terkoneksi dengan *e-commerce* [10], [11]. Hal ini tentunya dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan hubungan dengan *customer* sehingga menjadi opsi yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan bisnis De ISI Parfum.

IV. KESIMPULAN

Pengabdian pembuatan dan pelatihan sistem *point of sales* berbasis *web*, yang mencakup manajemen data inventori dan keuangan, mampu memberikan solusi pada masalah yang dialami De ISI Parfum akibat pencatatan data inventori dan penjualan secara manual. Keuntungan yang dirasakan pemilik usaha dengan penerapan sistem ini antara lain: pengurangan *error* akibat pendataan dan analisis data manual, pemangkasan waktu administrasi rekapitulasi data penjualan, mempermudah pemantauan inventori untuk dasar pengambilan keputusan *resctock*, dan mempermudah pemantauan operasional toko. Peluang pengembangan dan analisis data sistem informasi telah diuraikan untuk membantu pengembangan bisnis De ISI Parfum.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih diucapkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Statista Market Insights, "Fragrances-Indonesia." Accessed: May 30, 2024. [Online]. Available: <https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/fragrances/indonesia#revenue>
- [2] S. M. Widodo, R. D. Astanti, T. J. Ai, and T. M. A. A. Samadhi, "Seven-waste framework of waste identification and elimination for computer-based administrative work," *TQM Journal*, vol. 33, no. 4, pp. 773–803, 2020, doi: 10.1108/TQM-04-2020-0072.
- [3] B. Cahyono, L. Nurcholis, and M. Nugroho, "Information Technology Implementation in SMEs: A Comparison of Indonesia and Malaysia," *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan / Journal of Theory and Applied Management*, vol. 15, no. 1, pp. 25–37, Apr. 2022, doi: 10.20473/jmtt.v15i1.30182.
- [4] S. Wijaya *et al.*, "DEVELOPMENT OF SALES INFORMATION SYSTEM FOR SME WITH THE WATERFALL METHOD: A GROCERY STORE BSR CASE," vol. 3, no. 4, 2022, doi: 10.20884/1.jutif.2022.3.4.263.
- [5] Kenneth C. Laudon and Jane P. Laudon, *Management Information Systems: Managing the Digital Firm, Global Edition*, 17th edition. Pearson International Content, 2021. Accessed: May 31, 2024. [Online]. Available: <https://bookshelf.vitalsource.com/books/9781292403571>
- [6] Q. Fadhilah, N. Eko Budiyanto, J. Teknik Informatika, F. Teknik, U. X. Wahid Hasyim Jl Menoreh Tengah, and S. Semarang, "Sistem Informasi Inventory Parfum Laundry CV. Wijaya Berbasis Web," vol. 2, no. 2, pp. 120–125, 2020.
- [7] B. M. Sidhunata *et al.*, "Point of Sales (POS) System Design using Design Thinking Framework for Motorcycle Workshop," *Journal of Information Systems and Informatics*, vol. 5, no. 3, pp. 874–886, Aug. 2023, doi: 10.51519/journalisi.v5i3.515.
- [8] A. Handoko, "Factors Determining the use of POS (Point of Sales) Systems in Small and Medium Sized Enterprises," 2021.

- [9] F. Rozy, F. Amalia, and R. C. Wihandika, "Pengembangan Sistem Informasi Manajemen dan Prediksi Permintaan Pemesanan Bibit Parfum Pada Toko Blossom Perfume Berbasis Web," 2021. [Online]. Available: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [10] F. Annas Susanto, T. Herlambang, M. Bayu, and F. Yudianto, "Sistem Informasi Penjualan Pewangi Pakaian berbasis Website di Toko Parfum Rika Utami Bangil," *Remik*, vol. 6, no. 3, pp. 399–407, Aug. 2022, doi: 10.33395/remik.v6i3.11559.
- [11] M. Fathur Payuda, E. Hermawan, and M. Aldisetya, "RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PENJUALAN PADA PT. DUTA PERFUME BERBASIS WEB MENGGUNAKAN METODE SEKUENSIAL LINIER Design Of Sales Information Systems Web-Based At PT. Duta Perfume Using Linear Sequential Methods," *Jurnal Algoritma, Logika, dan Kompetisi*, vol. III, no. a, pp. 229–237, 2020, doi: 10.30813/j-alu.v2i2.2072.

PENULIS



Lenny Halim, Prodi Teknik Industri, Departemen Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Herlina, Prodi Informatika, Departemen Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Bektli Suratmanto, Prodi Informatika, Departemen Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.