

Rancang Bangun Sistem Informasi Berbasis Website Mitra Visual Connect Untuk Membantu Pengelolaan Dan Pemasaran Dengan Metode Prototype (Studi Kasus: Pt Mitra Visual Group)

1st Raihan Dhani Prayoga
Sistem Informasi
Telkom University
Surabaya, Indonesia

yogaprayoga@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Anfazul Faridatul Azizah
Sistem Informasi
Telkom University
Surabaya, Indonesia

anfazulazizah@telkomuniversity.ac.id

3rd Eka Sari Oktarina
Teknik Komputer
Telkom University
Surabaya, Indonesia

ekasario@telkomuniversity.ac.id

Abstrak - Perkembangan teknologi informasi mendorong PT Mitra Visual Group (MVG), perusahaan penyedia peralatan *event* seperti *videotron*, *lighting*, dan *staging*, untuk mengadopsi sistem digital terintegrasi guna meningkatkan efisiensi operasional. Saat ini, MVG masih menggunakan media terpisah seperti katalog fisik dan media sosial untuk promosi, serta mencatat penjualan secara manual menggunakan Excel oleh masing-masing sales, yang menyebabkan kesulitan pelacakan data, keterlambatan follow-up pelanggan, dan rendahnya efektivitas promosi. Penelitian ini bertujuan merancang dan membangun sistem informasi berbasis *website* guna memusatkan proses pengelolaan dan pemasaran produk secara terintegrasi. Metode pengembangan yang digunakan adalah *prototype*, melalui lima tahap. Sistem dikembangkan menggunakan *framework* Laravel dan diuji dengan metode *blackbox testing* untuk seluruh fitur utama, seperti input data pelanggan, manajemen produk, pengolahan penjualan, dan notifikasi otomatis. Hasil pengujian menunjukkan bahwa sistem berfungsi sesuai spesifikasi dan mampu memenuhi kebutuhan pengguna, sehingga dapat disimpulkan bahwa sistem ini valid dan efektif dalam meningkatkan efisiensi promosi serta komunikasi penjualan di PT MVG.

Kata kunci— sistem informasi, *website*, *Laravel*, *prototype*, *blackbox testing*

I. PENDAHULUAN

PT Mitra Visual Group (MVG) secara khusus bergerak dalam bidang pengadaan barang *event* skala besar, dengan fokus utama pada teknologi dan infrastruktur pendukung acara profesional. portofolio produk mereka tidak hanya sekedar mendukung kegiatan, melainkan mampu menghadirkan pengalaman visual yang mendalam dan portofolio produk yang ditawarkan, mencakup berbagai perangkat berkualitas tinggi seperti *videotron* beresolusi tinggi yang mampu menyajikan tampilan visual dengan kejernihan dan detail luar biasa. Selain itu, tersedia juga *lighting* serta perlengkapan panggung profesional yang dirancang untuk menunjang berbagai jenis acara, mulai dari konferensi skala internasional hingga konser musik kelas

dunia. Seluruh perangkat yang didistribusikan dirancang untuk memenuhi standar kualitas tertinggi, yang menjadi kebutuhan utama dalam menghadapi dinamika industri *event* modern yang semakin kompleks. Peralatan seperti *lighting*, *smoke effect*, dan *laser* yang sering digunakan dalam acara, menuntut adanya sistem pengelolaan informasi yang lebih terpadu dan canggih agar keseluruhan acara dapat berjalan optimal. Sebagai salah satu pemain utama di industri ini, MVG berhasil mencatatkan rata-rata omset tahunan hingga miliaran rupiah. Dengan jenis produk yang dijual mencapai sekitar 170 item, MVG juga menjadi distributor resmi untuk 9 merek ternama. Keberagaman produk dan luasnya cakupan merek ini menuntut adanya sistem pengelolaan informasi yang terintegrasi untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing di pasar. Calon konsumen saat ini harus mengakses beberapa website dari masing-masing merek yang didistribusikan oleh perusahaan untuk melihat berbagai jenis barang beserta detailnya. Selain itu, tidak semua barang yang ditampilkan di website resmi produsen sepenuhnya masuk ke dalam portofolio produk yang didistribusikan oleh PT MVG. Kondisi ini menciptakan kebingungan dan hambatan komunikasi yang signifikan dalam proses transaksi bisnis [1].

Mekanisme komunikasi penjualan yang terpecah-belah semakin memperburuk situasi. Setiap kali calon pembeli tertarik dengan produk tertentu, mereka harus diarahkan ke sales spesifik sesuai merek. Proses pengalihan kontak ini tidak hanya mengurangi efisiensi komunikasi, tetapi juga mempersulit proses negosiasi dan berpotensi menurunkan tingkat konversi penjualan [2]. Terbatasnya jangkauan dalam aktivitas pemasaran menjadi hambatan signifikan yang memerlukan penanganan melalui strategi yang tepat. Tanpa adanya platform digital yang terintegrasi, PT MVG kehilangan peluang besar untuk menampilkan keseluruhan portofolio produknya secara optimal dan menarik perhatian calon pelanggan. Dalam era pemasaran digital saat ini, dibutuhkan pendekatan yang komprehensif, berbasis teknologi, dan mudah diakses. Terutama dalam industri *event* profesional, keberhasilan dalam pemasaran tidak lagi hanya

bergantung pada keberadaan produk, tetapi juga pada kemampuan untuk menyampaikan cerita yang menarik dan menyajikan pengalaman digital yang mengesankan [3].

Dalam era konsumen modern saat ini, kecepatan dan transparansi akses informasi menjadi kebutuhan utama. Konsumen tidak lagi hanya fokus pada pencarian produk, tetapi juga mengharapkan proses berbelanja yang praktis dan efisien, serta kemudahan dalam menjelajahi berbagai pilihan tanpa terhalang prosedur yang kompleks [4]. Untuk merespons tantangan ini, penelitian ini menerapkan metode *prototype* sebagai strategi pengembangan sistem. Pemilihan metode ini didasarkan pada kemampuannya untuk mendukung proses yang bersifat iteratif dan adaptif terhadap perubahan kebutuhan pengguna secara dinamis.

Dari sisi implementasi teknis, pengembangan sistem dilakukan menggunakan Laravel, sebuah *framework* PHP yang dikenal luas karena stabilitas dan fleksibilitasnya.. Penggunaan Laravel bukan hanya keputusan teknis, tetapi juga merupakan bagian dari strategi dalam menciptakan sistem distribusi informasi yang tidak hanya memiliki kinerja yang baik, tetapi juga mudah untuk dikembangkan dan dipelihara [5]. Melalui integrasi metode *prototype* dan *framework* Laravel, diharapkan dapat tercipta solusi teknologi informasi yang inovatif dan relevan untuk kebutuhan PT MVG.

II. KAJIAN TEORI

Menyajikan dan menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian. Poin subjudul ditulis dalam abjad.

A. Sistem Informasi

Sistem informasi merupakan suatu rangkaian komponen yang saling berkaitan, yang dirancang untuk menghimpun, mengelola, menyimpan, dan mendistribusikan informasi guna mendukung proses koordinasi, pengendalian, serta pengambilan keputusan dalam sebuah organisasi. Tujuan utamanya adalah menyajikan informasi yang tepat waktu, relevan, dan akurat, agar dapat dimanfaatkan secara maksimal dalam pelaksanaan tugas manajerial maupun operasional. Sistem ini memainkan peranan penting dalam menggantikan metode manual melalui otomatisasi proses kerja, meningkatkan efektivitas operasional, serta memperkuat kemampuan pengambilan keputusan di berbagai sektor seperti pemerintahan, pendidikan, maupun dunia bisnis [6].

B. Website

Website adalah kumpulan halaman digital yang memuat berbagai elemen seperti teks, gambar, suara, dan video dalam satu nama domain, bertujuan menyajikan informasi yang bisa diakses pengguna melalui internet dan mesin pencari. Setiap halaman dalam website dibangun dengan struktur informasi yang sistematis agar pengguna dari seluruh dunia dapat mengakses dan berinteraksi dengan kontennya secara mudah. Teknologi *website* masa kini memungkinkan situs *web* menjadi lebih dari sekadar tampilan statis; kini bersifat dinamis, interaktif, responsif, dan mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan serta preferensi pengguna [7].

C. HTML

HTML, singkatan dari *Hypertext Markup Language*, merupakan bahasa standar yang digunakan dalam pembangunan halaman *web*. Secara sederhana, HTML

berperan sebagai bahasa yang memberi instruksi kepada komputer mengenai bagaimana menyusun dan menampilkan berbagai elemen dalam sebuah halaman *web* [8].

D. Bootstrap

Bootstrap adalah pustaka CSS yang dirancang untuk mempermudah proses pengembangan antarmuka pengguna *User Interface* pada *website*. Sebagai salah satu *framework front-end* paling populer, Bootstrap memungkinkan para developer menciptakan situs yang responsif dan estetik dengan lebih efisien. Keunggulan utamanya adalah kemampuannya menyesuaikan tampilan halaman web sesuai ukuran layar, baik di perangkat mobile, tablet, maupun desktop. Bootstrap dikembangkan oleh dua engineer dari Twitter [9].

E. MySQL

MySQL merupakan sistem manajemen basis data relasional (RDBMS) yang bersifat open-source dan tersedia secara gratis di bawah lisensi GPL. Dengan lisensi ini, siapa pun bebas menggunakan dan memodifikasi perangkat lunak tersebut. MySQL berbasis pada bahasa *Structured Query Language*, sebuah standar umum dalam manajemen data. SQL memungkinkan pengguna menjalankan berbagai operasi database seperti menyeleksi, menyisipkan, atau memfilter data secara otomatis. MySQL dikenal dengan kecepatan tinggi dalam menangani kueri, menjadikannya pilihan unggulan dalam berbagai aplikasi data skala besar maupun kecil [10].

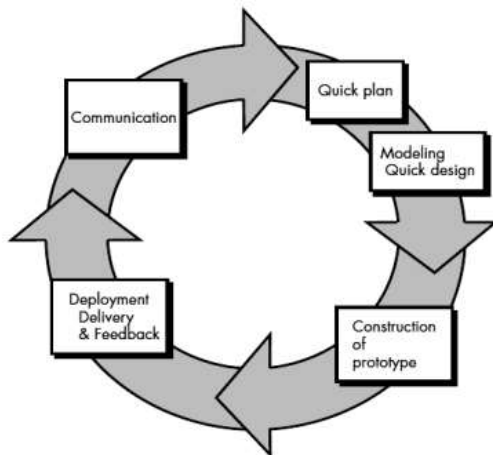
F. Framework Laravel

Laravel merupakan sebuah *framework open-source* berbasis bahasa pemrograman PHP yang dikembangkan untuk menyederhanakan serta mempercepat proses pembuatan aplikasi web. Laravel menerapkan pola arsitektur MVC (*Model-View-Controller*), yang memisahkan dengan jelas antara bagian logika, tampilan, dan kontrol aplikasi. Framework ini juga dibekali dengan beragam alat dan pustaka internal, seperti Eloquent ORM untuk pengelolaan basis data, Blade templating engine guna membangun antarmuka pengguna yang dinamis, serta Artisan CLI yang memfasilitasi otomatisasi berbagai tugas umum dalam pengembangan aplikasi [5].

G. Blackbox Testing

Blackbox Testing adalah metode pengujian perangkat lunak yang difokuskan pada fungsionalitas tanpa memperhatikan struktur internal kode program. Tujuan dari pendekatan ini adalah memastikan bahwa sistem bekerja sebagaimana mestinya dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Metode ini sangat bermanfaat untuk menilai kelayakan perangkat lunak dari sudut pandang pengguna akhir, karena pengujian hanya fokus pada input dan output, tanpa memerlukan pemahaman tentang bagaimana sistem bekerja di balik layar [11].

H. Metode Prototype



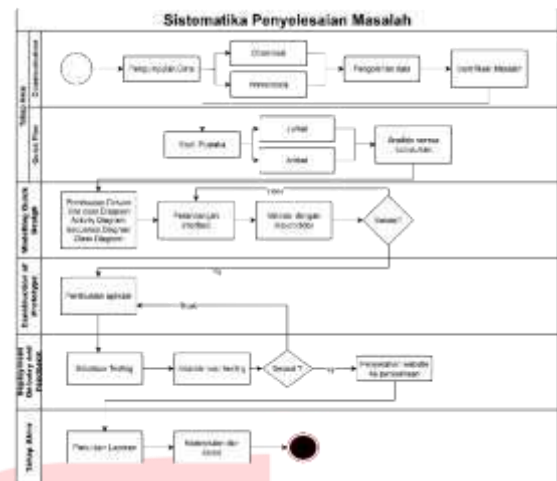
GAMBAR 1
(METODE PROTOTYPE)

Tahapan ini mencakup :

- *Communication*, Pada fase awal ini, pengembang mengidentifikasi kebutuhan utama dari pengguna dengan melakukan wawancara dan observasi langsung. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang menyeluruh terhadap spesifikasi sistem, baik yang bersifat fungsional maupun non-fungsional, sesuai ekspektasi pengguna.
- *Quick Plan*, Pengembang menyusun rencana awal secara cepat sebagai respon terhadap permasalahan yang telah ditemukan, dengan tujuan untuk segera merancang solusi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.
- *Modelling Quick Design*, Setelah seluruh kebutuhan pengguna berhasil dikumpulkan, pengembang mulai membuat rancangan awal sistem atau *prototype*. Pada tahap ini juga dilakukan pemodelan sistem menggunakan diagram UML sebagai representasi struktur sistem.
- *Construction of Prototype*, Fase ini merupakan langkah pembangunan sistem dengan rancangan yang telah disusun sebelumnya.
- *Deployment Delivery and Feedback*, Pada tahap ini, fokus utama adalah melibatkan para *stakeholder* guna memperoleh masukan yang berguna. *Feedback* yang diterima akan menjadi acuan dalam melakukan perbaikan terhadap *website*, agar semakin sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi pengguna.

III. METODE

Pada bab ini dijelaskan alur dari tahapan pengembangan aplikasi melalui Gambaran dari sistematika penyelesaian masalah. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode prototype yang dijelaskan dalam rincian berikut.



GAMBAR 2
(SISTEMATIKA PENYELESAIAN MASALAH)

A. Tahap Awal

Dalam penelitian ini, proses diawali dengan komunikasi bersama stakeholder melalui observasi langsung dan wawancara daring dengan perwakilan PT MVG dari divisi digital marketing Masalah utama yang teridentifikasi antara lain adalah tidak terpusatnya distribusi informasi produk, terbatasnya jangkauan dalam aktivitas pemasaran, serta kurang maksimalnya sistem komunikasi dalam proses penjualan. Untuk mendapatkan informasi yang tepat dan relevan, data dikumpulkan melalui metode observasi dan wawancara. Observasi digunakan untuk memperoleh pemahaman awal mengenai kebutuhan pengguna, sementara wawancara dengan Bapak Ferdy dari tim digital marketing digunakan untuk mengeksplorasi lebih dalam terkait alur dan proses bisnis yang berlangsung, tantangan komunikasi, serta kebutuhan sistem pemasaran. Seluruh data yang diperoleh kemudian diolah dengan menyaring dan mengelompokkan permasalahan berdasarkan prioritas untuk dijadikan dasar perancangan sistem yang objektif, terukur, dan sesuai kebutuhan.

B. Modelling Quick Design

Tahap ini dalam pengembangan sistem informasi PT MVG terdiri dari dua bagian utama, yaitu pembuatan desain sistem dan desain wireframe. Pada desain sistem, dilakukan penyusunan berbagai diagram seperti Use Case Diagram untuk menggambarkan interaksi antara pengguna dan sistem, Activity Diagram untuk memvisualisasikan alur proses kerja, Class Diagram untuk menunjukkan struktur objek dalam sistem, serta Sequence Diagram untuk menjelaskan urutan proses antar objek dan sistem. Sementara itu, desain wireframe dibuat sebagai kerangka awal tampilan antarmuka dengan fokus pada tata letak yang sesuai dengan kebutuhan PT MVG. Hasil desain ini kemudian diserahkan kepada pihak pemangku kepentingan untuk ditinjau dan disesuaikan, guna memastikan kesesuaian dengan harapan pengguna. Tahap ini termasuk dalam fase *quick design* pada metode prototyping yang berfungsi untuk memodelkan dan memvisualisasikan sistem sebelum masuk ke proses pengembangan berikutnya..

C. Construction of Prototype

Tahap ini merupakan kelanjutan dari proses *Quick Design Modeling*. Pada fase ini, pengembangan aplikasi dimulai dengan mengacu pada desain atau rancangan yang telah disusun sebelumnya. Implementasi dilakukan untuk

merealisasikan konsep ke dalam bentuk prototipe yang dapat diuji dan dievaluasi.

D. Deployment Delivery and Feedback

Pada tahap ini, proses diawali dengan pengujian menggunakan metode *blackbox testing*, yaitu pengujian sistem berdasarkan input dan output tanpa melihat proses internal, untuk memastikan bahwa setiap fitur berfungsi sebagaimana mestinya. Setelah itu, sistem divalidasi oleh *stakeholder* melalui serangkaian uji coba guna menilai kesesuaian hasil dengan kebutuhan dan ekspektasi pengguna. Apabila ditemukan ketidaksesuaian atau kekurangan, maka proses akan kembali ke tahap *Construction of Prototype* untuk dilakukan perbaikan. Sebaliknya, jika sistem telah dinyatakan sesuai, maka tahap selanjutnya adalah penyerahan sistem kepada pihak perusahaan sebagai bentuk akhir implementasi, yang menandakan bahwa sistem siap digunakan secara operasional.

E. Tahap Akhir

Tahap akhir merupakan bagian penutup dari proses pengembangan sistem dalam penelitian ini. Aktivitas pada tahap ini mencakup dua komponen utama, yaitu penulisan laporan tugas akhir sebagai bentuk dokumentasi menyeluruh dari proses pengembangan, serta penyusunan kesimpulan dan saran berdasarkan hasil evaluasi sistem. Laporan disusun secara sistematis agar dapat menjadi referensi akademik maupun teknis bagi pembaca dan pengembangan di masa depan. Adapun kesimpulan dan saran dirumuskan berdasarkan hasil pengujian, masukan pengguna, serta pencapaian tujuan penelitian, sehingga dapat memberikan evaluasi menyeluruh sekaligus arahan untuk pengembangan lanjutan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi paparan objektif peneliti terhadap hasil-hasil penelitian berupa penjelasan dan analisis terhadap penemuan-penemuan penelitian, penjelasan serta penafsiran dari data dan hubungan yang diperoleh, serta pembuatan generalisasi dari penemuan. Apabila terdapat hipotesis, maka pada bagian ini juga menjelaskan proses pengujian hipotesis beserta hasilnya.

A. Pengumpulan Data

Hasil wawancara dengan narasumber dari PT Mitra Visual Group (MVG) mengungkapkan bahwa proses promosi dan penyampaian informasi produk saat ini belum terintegrasi dalam satu sistem digital. Hal ini menyebabkan calon pelanggan kesulitan mendapatkan informasi secara lengkap, serta memperlambat proses penawaran yang dilakukan oleh tim sales. Selain itu, pencatatan transaksi penjualan juga masih dilakukan secara manual menggunakan file excel terpisah, sehingga menyulitkan pelacakan penjualan dan tindak lanjut pelanggan. Hasil wawancara juga menunjukkan kebutuhan untuk pengembangan sistem informasi yang dapat membantu memusatkan informasi produk dan meningkatkan efisiensi komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan. Berikut merupakan rangkuman dari hasil wawancara:

TABEL 1
(HASIL WAWANCARA)

Tanggal	Topik	Hasil
04 Agustus 2024	Sistem promosi dan penyampaian informasi produk di PT MVG	Penyampaian informasi produk masih dilakukan secara manual dan tersebar di berbagai media, sehingga konsumen harus mengakses banyak sumber untuk mendapatkan informasi lengkap.
04 Agustus 2024	Kendala tim sales dalam menyampaikan informasi produk kepada calon pembeli	Tim sales kesulitan menampilkan portofolio produk secara lengkap karena harus mengompilasi informasi dari berbagai merek secara manual, yang memakan waktu dan rawan kesalahan.
04 Agustus 2024	Ekspektasi terhadap sistem informasi berbasis website	Sistem diharapkan dapat mempercepat promosi, mempermudah eksplorasi produk oleh calon pelanggan, serta mendukung komunikasi bisnis yang lebih profesional tanpa harus langsung menuju transaksi seperti pada e-commerce.
04 Agustus 2024	Sistem pencatatan transaksi dan data pelanggan saat ini	Pencatatan transaksi masih dilakukan secara terpisah melalui file Excel oleh masing-masing sales, sehingga data pelanggan tersebar dan sulit ditelusuri untuk keperluan follow-up atau analisis penjualan secara menyeluruh.

B. Kebutuhan Pengguna

TABEL 2
(KEBUTUHAN PENGGUNA)

Fitur	Deskripsi
Halaman Produk	Menampilkan daftar produk yang tersedia, dilengkapi dengan fitur pencarian, filter kategori, subkategori, dan merek.
Detail Produk	Menyediakan deskripsi lengkap, spesifikasi, dan gambar dari setiap produk.
Form Pemesanan	Formulir pada halaman kontak yang dapat diisi calon pelanggan untuk melakukan pemesanan.
Dashboard Sales	Menampilkan ringkasan penjualan sales.
Dashboard Admin	Menampilkan statistik sistem dan akses ke seluruh fitur manajemen data.
Rekap Penjualan Admin	Menyediakan data transaksi semua sales serta fitur ekspor laporan penjualan dalam format PDF.

Tabel di atas merangkum kebutuhan utama pengguna terhadap sistem yang akan dikembangkan. Fitur yang disediakan mencakup tampilan produk, detail informasi, form pemesanan, serta dashboard khusus untuk sales dan admin. Selain itu, tersedia juga fitur rekap penjualan untuk memudahkan pelaporan dan pengawasan aktivitas penjualan oleh admin.

C. Perancangan Sistem

Perancangan sistem dilakukan untuk memetakan fungsionalitas utama berdasarkan kebutuhan nyata pengguna. Dalam tahap ini, dibuat Use Case Diagram yang menggambarkan hubungan antara tiga aktor utama Admin, Sales, dan Calon Pengguna dengan fitur-fitur sistem yang akan dikembangkan. Admin dan Sales memiliki peran mengelola data master seperti produk, merek, kategori. Admin dapat mengelola data sales dan target penjualan.

Selain itu, Admin dapat menerima notifikasi otomatis saat stok produk habis atau ada penjualan baru, mencetak rekap penjualan, serta menangani pengaturan akun seperti reset password dan pengelolaan pengguna.

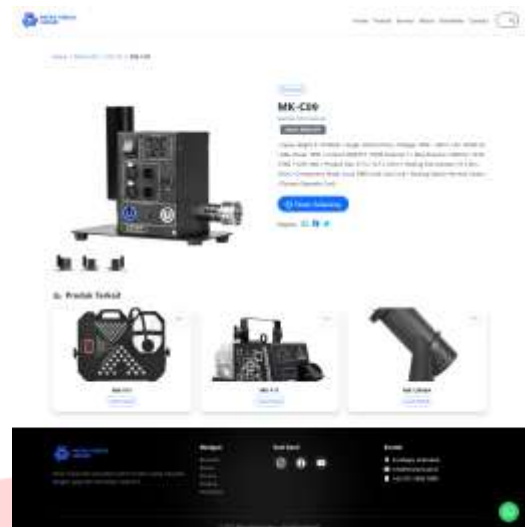
Sementara itu, Sales berinteraksi dengan sistem untuk melihat detail penjualan, merespons pesanan masuk, dan menerima notifikasi jika ada transaksi baru yang belum diproses. Calon Pengguna memiliki akses terhadap fitur-fitur umum seperti melihat laman utama, menelusuri produk dan layanan, melakukan pemesanan, hingga memberikan ulasan dan rating. Dengan pemetaan visual ini, proses pengembangan sistem menjadi lebih terarah, karena setiap fungsi telah disesuaikan dengan peran dan kebutuhan masing-masing aktor.



GAMBAR 3
(USE CASE DIAGRAM)

D. Tahap Prototype

Setelah tahap perancangan sistem selesai, dilakukan pembuatan *prototype* antarmuka pengguna sebagai visualisasi awal dari sistem yang dikembangkan. Pada tahap ini, *prototype* dirancang dengan tampilan *high fidelity* untuk merepresentasikan desain akhir secara lebih realistis



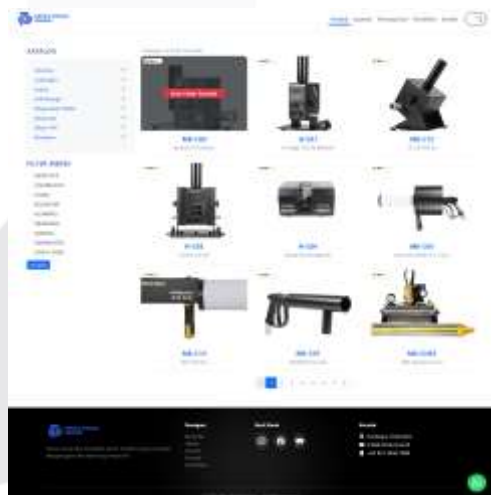
GAMBAR 4
(DESAIN DETAIL PRODUK)

Prototype ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai pengalaman pengguna saat mengakses sistem, khususnya dalam menjelajahi halaman produk dan fitur-fitur yang tersedia.

E. Pengembangan Aplikasi

Tahapan Pembuatan aplikasi ini dilakukan dengan mengimplementasikan kode sesuai rancangan yang telah diterima oleh pihak terkait sebelumnya. Proses ini menggunakan *framework* Laravel dengan *database* MySQL.

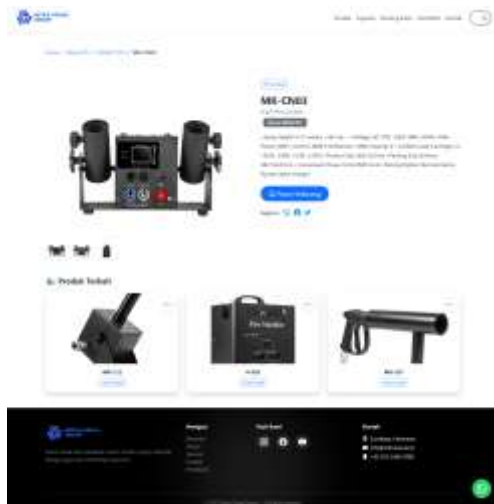
1. Halaman Produk



GAMBAR 5
(HALAMAN PRODUK)

Halaman produk website PT Mitra Visual Group menampilkan katalog secara sistematis dalam bentuk kartu berisi gambar, nama, kode, deskripsi singkat, dan status stok. Dilengkapi fitur pencarian dan filter merek, halaman ini memudahkan eksplorasi ratusan produk dari berbagai brand serta mendukung navigasi yang efisien bagi calon pelanggan dan tim internal.

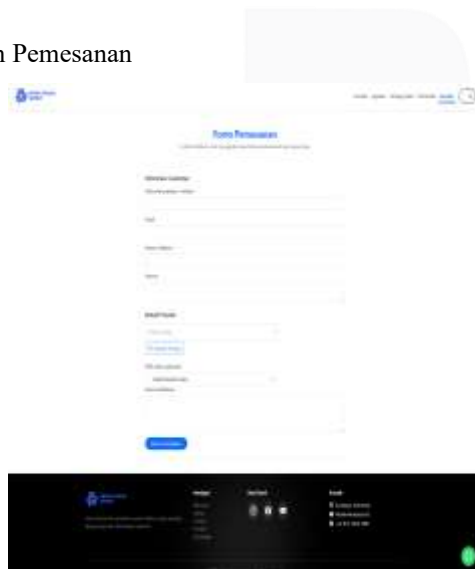
2. Detail Produk



GAMBAR 6
(HALAMAN DETAIL PRODUK)

Halaman detail produk di website PT Mitra Visual Group menampilkan spesifikasi lengkap seperti daya, dimensi, konsumsi, dan sistem kontrol, serta gambar dari berbagai sudut. Dilengkapi daftar produk terkait dan tombol Pesan Sekarang yang terhubung ke halaman kontak, halaman ini dirancang untuk memudahkan pengguna dalam mengambil keputusan secara cepat dan tepat.

3. Form Pemesanan



GAMBAR 7
(HALAMAN KONTAK)

Halaman kontak di website PT Mitra Visual Group berfungsi sebagai media komunikasi resmi antara calon pelanggan dan perusahaan. Formulirnya fleksibel, memungkinkan pengguna mengirim permintaan penawaran atau kerja sama dengan atau tanpa menyebut produk tertentu. Pengguna dapat mengisi data perusahaan, kontak, alamat, serta memilih produk dan sales secara opsional, disertai kolom pesan tambahan. Desain yang sederhana namun informatif mendukung komunikasi awal yang efektif dan efisien.

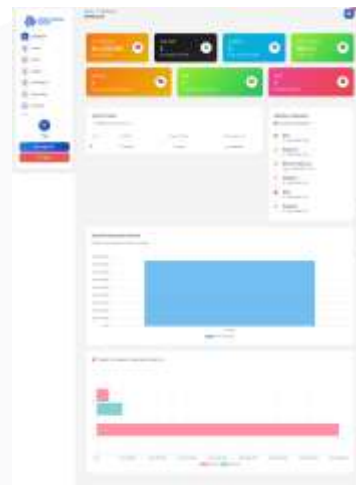
4. Dashboard Sales



GAMBAR 8
(HALAMAN DASHBOARD SALES)

Halaman *dashboard* sales ini menyajikan ringkasan performa penjualan bulan berjalan, termasuk total deal, status follow-up, pencapaian target, dan grafik visual untuk statistik serta perbandingan status, ditambah daftar penjualan terbaru untuk memudahkan pemantauan progres.

5. Dashboard Admin



GAMBAR 9
(HALAMAN DASHBOARD ADMIN)

Dashboard admin pada website PT Mitra Visual Group dirancang untuk menampilkan ringkasan informasi penting. Halaman ini mencakup data total penjualan, jumlah transaksi, produk terlaris, serta performa masing-masing sales. Tersedia grafik penjualan bulanan dan pencapaian target yang mempermudah analisis kinerja. Notifikasi aktivitas terbaru juga ditampilkan untuk memantau perkembangan sistem. Dengan tampilan visual yang rapi dan interaktif, dashboard ini mendukung pengambilan keputusan yang cepat dan akurat oleh pihak manajemen.

6. Rekap Penjualan Admin

No	Tanggal	Customer	Sales	Status	Total
1	2023-01-01	Customer 1	100,000	Selesai	100,000
2	2023-01-02	Customer 2	150,000	Selesai	150,000
3	2023-01-03	Customer 3	200,000	Selesai	200,000

GAMBAR 10
(REKAP PENJUALAN ADMIN)

Gambar tersebut merupakan rekap penjualan yang menampilkan data transaksi berdasarkan tanggal, customer, nama sales, status penjualan, dan total nilai penjualan. Rekap ini digunakan untuk memantau aktivitas penjualan harian serta mengevaluasi hasil yang dicapai oleh tim sales. Informasi total keseluruhan penjualan juga disediakan sebagai ringkasan akhir.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, perancangan, dan implementasi sistem informasi berbasis website pada PT Mitra Visual Group, dapat disimpulkan bahwa sistem berhasil dibangun dengan metode *prototype* untuk mendukung pengelolaan dan pemasaran produk secara digital. Sistem ini menyediakan fitur yang sesuai dengan kebutuhan tiga peran utama, yaitu calon pelanggan, admin, dan sales, di mana masing-masing dapat mengakses informasi produk, memantau aktivitas penjualan, serta mengelola transaksi secara mandiri. Pengembangan menggunakan Laravel, MySQL, dan Bootstrap memberikan performa yang baik serta kemudahan dalam pengelolaan data. Pengujian dengan metode Blackbox Testing menunjukkan seluruh fitur berjalan sesuai kebutuhan dan skenario penggunaan. Secara keseluruhan, sistem ini menjadi solusi strategis yang meningkatkan efisiensi internal, memperluas jangkauan pemasaran, dan memperbaiki alur komunikasi perusahaan dengan calon pelanggan.

REFERENSI

- [1] A. S. Faqih and A. D. Wahyudi, "Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web (Studi Kasus : Matchmaker)," *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, vol. 3, no. 2, pp. 1–8, 2022, [Online]. Available: <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTSI>
- [2] M. S. Febrian, F. Ekonomi, and D. Bisnis, "Rancangan Pengembangan Konten Pemasaran Digital Oleh Boss Creator Promotor Pestapora untuk meningkatkan Pengunjung Mancanegara," *Neraca Manajemen, Ekonomi*, vol. 1, 2023, doi: 10.8734/mnmae.v1i2.359.
- [3] Yansahrita, Fauzi, and Irviani Rita, "Digital Marketing: Sebagai Strategi Pemasaran Produk Home Industry di Wilayah Oku Timur," *eCo-Buss*, vol. 6, no. 1, pp. 410–417, 2023.
- [4] A. Dwi Asih and K. Iskandar, "Peluang dan Strategi pada PT Bandeng Juwana Elrina dalam Upaya Peningkatan Bisnis di Era Masyarakat Modern," *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, vol. 1, no. 2, pp. 20–29, 2023.
- [5] A. Maulana, I. Purnamasari, and I. Maulana, "Rancang Bangun Website Layanan Jasa Reparasi Alat Elektronik Rumah Tangga Menggunakan Framework Laravel (Studi Kasus : CV.XYZ)," *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, vol. 12, no. 3, Aug. 2024, doi: 10.23960/jitet.v12i3.4859.
- [6] M. A. Wicaksono, C. Rudianto, and P. F. Tanaem, "Rancang Bangun Sistem Informasi Arsip Surat Menggunakan Metode Prototype," *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, vol. 7, no. 2, Aug. 2021, doi: 10.28932/jutisi.v7i2.3664.
- [7] G. Agus Supriatmaja, I. Putu Mas Yuda Pratama, K. Mahendra, K. Dwika Darma Widyaputra, J. Deva, and G. Surya Mahendra, "Sistem Informasi Perpustakaan Menggunakan Framework Bootstrap Dengan PHP Native dan Database MySQL Berbasis Web Pada SMP Negeri 2 Dawan," *Jurnal Teknologi Ilmu Komputer*, vol. 1, no. 1, pp. 7–15, 2022, doi: 10.56854/jtik.v1i1.30.
- [8] M. Rafi and I. Purnama, "Rancang Bangun E-Commerce Planet Shopify Berbasis Web Menggunakan PHP Dan MySQL," 2024. [Online]. Available: <https://www.journal.hdgi.org/index.php/git/index>
- [9] Ahmad Martani, Saripuddin M, and Nurul Ikhsan, "Rancang Bangun Website Company Profile Berbasis Framework Bootstrap dan Framework Codeigniter Pada Yayasan Khalifah Cendekia Mandiri," *Jurnal Multidisiplin Madani*, vol. 2, no. 6, pp. 2895–2912, Jun. 2022, doi: 10.55927/mudima.v2i6.510.
- [10] I. Zulfa and R. Wanda, "KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer Rancangan Sistem Informasi Akademik Berbasis Website Menggunakan PHP dan MySQL," *Media Online*, vol. 3, no. 4, pp. 393–399, 2023, [Online]. Available: <https://djournals.com/klik>
- [11] Y. Dwi Wijaya and M. Wardah Astuti, "Pengujian Blackbox Sistem Informasi Penilaian Kinerja Karyawan PT INKA (PERSERO) Berbasis Equivalence Partitions," *Jurnal Digital Teknologi Informasi*, vol. 4, pp. 22–26, 2021.