

PENERAPAN *E-COMMERCE* GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA DISTRO AGGREGATE STORE

Muhamad Faris Sadikin¹⁾, Ita Novita²⁾

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260

E-mail : farizbenben@gmail.com¹⁾, ita.novita@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

Distro Aggregate store merupakan sebuah distro *fashion* dengan produksi dan *desain* milik sendiri. Distro ini didirikan oleh Restu Setiadi pada tahun 2013. Sistem yang ada di Distro Aggregate Store saat ini masih terdapat banyak data-data yang didalam proses pemesanan sampai dengan proses pembuatan laporannya belum tersimpan atau terekam dengan baik, serta belum bisa untuk mengontrol data yang ada dan belum menggunakan teknologi internet, sehingga belum dikenal secara meluas dan pemasarannya pun menjadi sangat terbatas. Berdasarkan masalah tersebut, pembuatan rancangan *system* berbasis *web* dengan konsep *E-Commerce* menggunakan PHP sebagai bahasa pemrogramannya sangat dibutuhkan untuk kepentingan perusahaan dalam melakukan perdagangan. Metodologi penelitian yang digunakan oleh penulis adalah observasi, wawancara dan arsip. Untuk metode pengembangan sistem yang digunakan adalah *waterfall*, Dengan menggunakan metode ini diharapkan Distro Aggregate store dapat menyelesaikan masalah yang ada, mempermudah dalam penyajian informasi produk yang dibutuhkan secara akurat dan tepat waktu serta dapat diakses dari mana saja baik pihak Distro Aggregate store maupun pelanggan. Kemudian dapat mempermudah dalam memberikan informasi transaksi yang dilakukan oleh pelanggan dan juga pembuatan laporan yang dibutuhkan pemilik sehingga pemilik dapat mengambil kebijakan dan dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan pada Distro Aggregate store.

Kata Kunci : *E-Commerce*, Distro Aggregate Store, Penjualan Pakaian

1. PENDAHULUAN

E-Commerce (Electronic Commerce) adalah jual beli barang atau jasa melalui jaringan-jaringan komputer atau internet. Seluruh komponen seperti pemasaran, pembayaran, serta pengiriman yang ada dalam proses jual beli diaplikasikan kedalam *E-Commerce*. Perkembangan internet yang semakin maju menjadi salah satu faktor pentingnya *E-Commerce* bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang jual beli barang atau jasa.

Aggregate store merupakan sebuah distro (*distribution store*) yang bergerak dibidang penjualan pakaian sepak bola dengan *desain* milik sendiri. Distro Aggregate store sudah menggunakan media sosial dalam pemasaran produknya seperti *Instagram* dan *facebook*. Namun untuk *system* transaksi penjualannya masih dilakukan secara konvensional baik dalam pengelolaan dan pemesanan produknya sehingga sering terjadi keterlambatan dalam pelayanan kepada pelanggan, lalu adanya risiko kemungkinan terjadi kesalahan pada proses transaksi. Selain itu belum dibuatkannya informasi produk terlaris mengakibatkan sulitnya distro dalam mengetahui minat dari konsumen. Mengingat terbatasnya cakupan konsumen saat ini sehingga menimbulkan potensi terjadi penurunan omset penjualan pada distro Aggregate Store.

Jika dilihat dari segi efektif dan efisiensi dalam hal penjualan, pengelolaan dan transaksi penjualan produk maka kehadiran *E-Commerce* sebagai media transaksi jual beli ini tentunya memberikan

keuntungan pada distro Aggregate store. Proses transaksi melalui media internet dan *web* jelas lebih baik, cepat, dan aman. Semua barang juga dapat dilihat kehadirannya sehingga dipandang dapat meningkatkan penjualan produk pada distro Aggregate Store.

Penelitian ini bertujuan untuk memudahkan Distro Aggregate store dalam menambahkan jumlah pelanggan, memasarkan stok lama, mempermudah dalam pembuatan laporan juga memberikan informasi yang akurat dan tepat waktu serta dapat diakses kapanpun dan dari mana saja. Manfaat dari penulisan ini untuk membantu mengembangkan penjualan dan meningkatkan pendapatan pada Distro Aggregate store.

Masalah yang terjadi pada penelitian ini adalah Stok lama yang dimiliki oleh Distro Aggregate store tidak terjual, sehingga pihak Distro tersendiri mengalami kesulitan untuk memasarkan stok lama. Tidak adanya laporan transaksi secara online. Tidak adanya module untuk konfirmasi pembayaran secara online mengakibatkan bagian penjualan dan pemilik sulit mengetahui pelanggan mana yang sudah melakukan pembayaran. Tidak mengetahui produk yang terlaris dan paling sering di beli setiap perhari, perbulan dan pertahun. Kebutuhan akan informasi produk sulit untuk dicari, membuat proses pelayanan Distro tersebut menjadi lambat. Tidak adanya laporan Top pelanggan, sehingga pemilik sulit mengetahui pelanggan yang sering bertransaksi

2. PENELITIAN SEBELUMNYA

2.1. Definisi

Penjualan merupakan suatu usaha sbisnis dalam menjualkan produk/jasa untuk mengembangkan strategi pemasaran dalam memperoleh laba dan meningkatkan strategi pemasaran. Pada keseluruhan proses bisnis penjualan merupakan kegiatan yang terpisah dari semua kegiatan perdagangan lainnya. Penjualan merupakan bagian dari pemasaran. Penjualan melibatkan kontak langsung, satu lawan satu dengan calon *Customer*. [1]

2.2. Refrensi Jurnal

a. Susandi dan Sukisno (2017)

Penelitian oleh Susandi dan Sukisno pada tahun 2017, tujuan penelitian yang dilakukan untuk membantu Distro Dlapak Street Wear dalam memperluas cakupan promosi, membantu pelanggan yang berasal dari luar kota agar tetap dapat berbelanja dan memaksimalkan dalam pemasaran produk. Penelitian pengembangan sistem yang dilakukan merupakan jenis Penelitian Terapan (*Applied Research*). Universitas Serang Raya [2]

b. Nugroho 2016

Penelitian oleh Nugroho pada tahun 2016, Yaitu sebuah layanan internet yang dimanfaatkan untuk jual-beli secara *online*. *E-commerce* atau Perdagangan elektronik adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, *www*, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis Universitas Muhammadiyah Tangerang. [3]

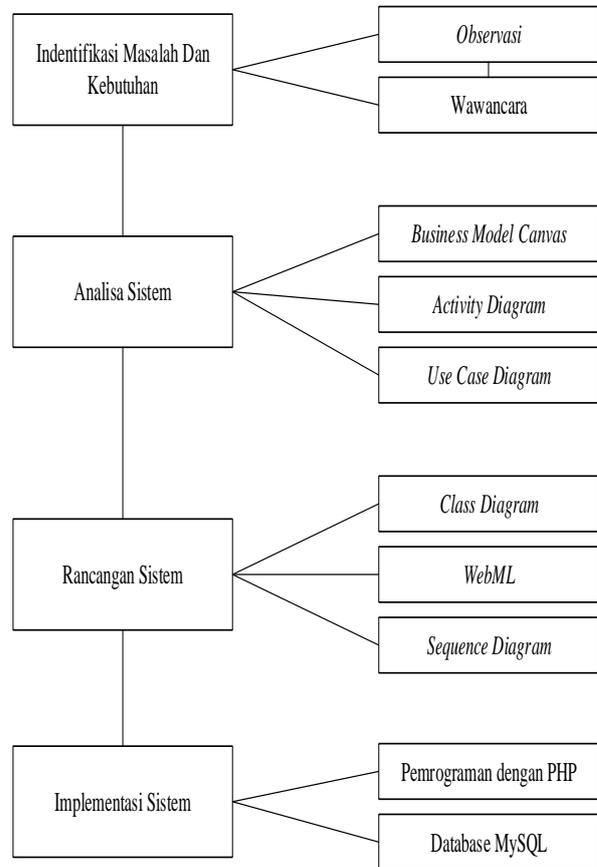
c. Lesmono (2018)

Penelitian oleh Lesmono pada tahun (2018), Melalui naskah ini sebagai referensi dalam penulisan penelitian, dengan topik pembahasan yang sama penulis mengambil analisis metode penelitian yaitu *waterfall* sebagai acuan, teknik pengumpulan data yaitu dengan cara observasi dan studi pustaka, analisa kebutuhan instansi dengan mengidentifikasi kebutuhan yang diperoleh berdasarkan kebutuhan pengguna dan kebutuhan sistem, Bahasa pemograman yang digunakan PHP, MYSQL sebagai database dan XAMPP sebagai web server, terdapat Spesifikasi rancangan web dan basis data (database), perancangan sistem yang digunakan dibagi menjadi tiga yaitu perancangan perangkat lunak (rancangan antar muka), perancangan basis data dan perancangan struktur navigasi. AMIK BSI Purwokerto.[4]

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Kerangka Pemikiran

Gambar 1 menjelaskan tentang kerangka kerja pemikiran untuk pendekatan dan menjelaskan sistem sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Kerja Penelitian

3.2. Metode Pengumpulan Data

Untuk menyelesaikan masalah yang ditemukan pada Distro Aggregate store, maka penulis melakukan metode pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Observasi
- b. Wawancara
- c. Arsip

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Business Model Canvas

a. KEY PARTNERS

Key Partners Aggregate Store adalah penjahit untuk menjahit produk-produk Aggregate Store dengan tujuan *Optimization and Economy* mengingat sebuah perusahaan tidak perlu memiliki semua sumber daya dan melakukan kegiatannya sendiri dan juga toko bahan untuk mendapatkan bahan yang berkualitas.

b. KEYACTIVITY

Key Activities Aggregate Store adalah *Production* dengan memproduksi desain - desain untuk produk *fashion* anak muda khususnya pecinta klub bola Persija Jakarta dan juga memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan .

c. VALUE PROPOSITION

Aggregate Store adalah perusahaan yang bergerak dibidang *fashion* anak muda. Memproduksi berbagai macam produk yang berkualitas, limited dan berbeda dari produk *fashion* yang lain.

d. CUSTOMER RELATIONSHIP

- 1) *Transactional* : beli putus saat itu juga baik itu melalui media sosial maupun langsung datang ke toko.
- 2) *Long-term* : menjalin hubungan kepada komunitas maupun sekolah yang pernah bekerjasama dengan cara memberikan potongan harga agar dapat bekerjasama lagi dikemudian hari.

e. CUSTOMER SEGMENTS

- 1) Kalangan Masyarakat pencinta sepak bola Indonesia
- 2) Komunitas pecinta sepak bola khususnya Persija Jakarta

f. KEY RESOURCES

- 1) Tenaga yang meliputi : desainer, admin, kurir, dan operasional sablon.
- 2) Alat yang meliputi : komputer, mesin sablon, Smartphone dan sepeda motor.

g. CHANNEL

- 1) Menggunakan social media dan internet untuk mempopulerkan Aggregate Store seperti Instagram, Facebook .
- 2) Menitipkan produk dari Aggregate Store ke toko baju (distro) di sekitar Jakarta.

h. COST STRUCTURE

Cost Structure pada Aggregate Store yaitu meliputi biaya produksi produk Aggregate Store, internet, dan juga gaji pegawai.

i. REVENUE STREAM

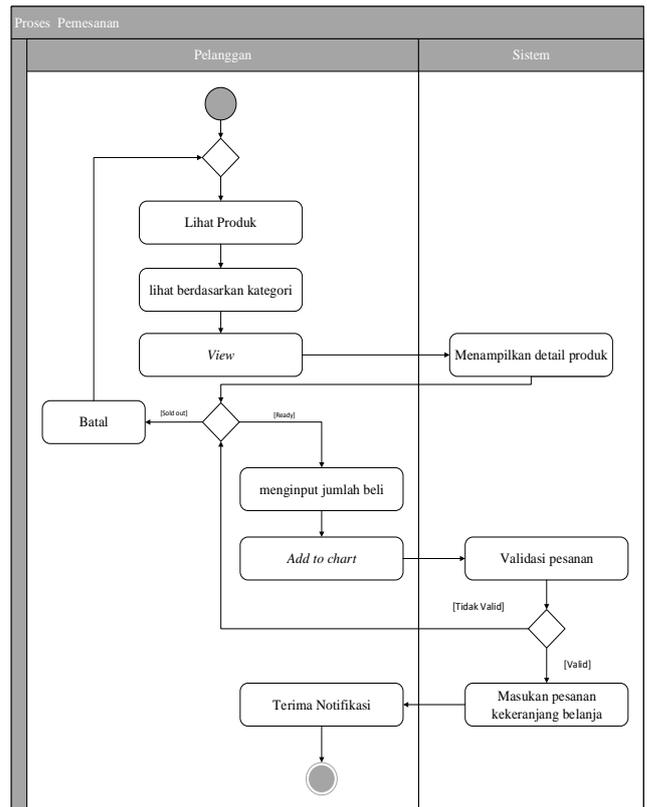
Revenue Stream dari Aggregate Store yaitu *asset sale* dimana pemasukan di dapat dari penjualan yang dilakukan di toko dan penjualan online pada Aggregate Store.

4.2. Proses Bisnis Usulan

Pada proses bisnis usulan yang diusulkan kepada Distro Aggregate Store peneliti menuangkan dalam bentuk *activity diagram*

- 1) *Activity Diagram* proses pemesanan pelanggan

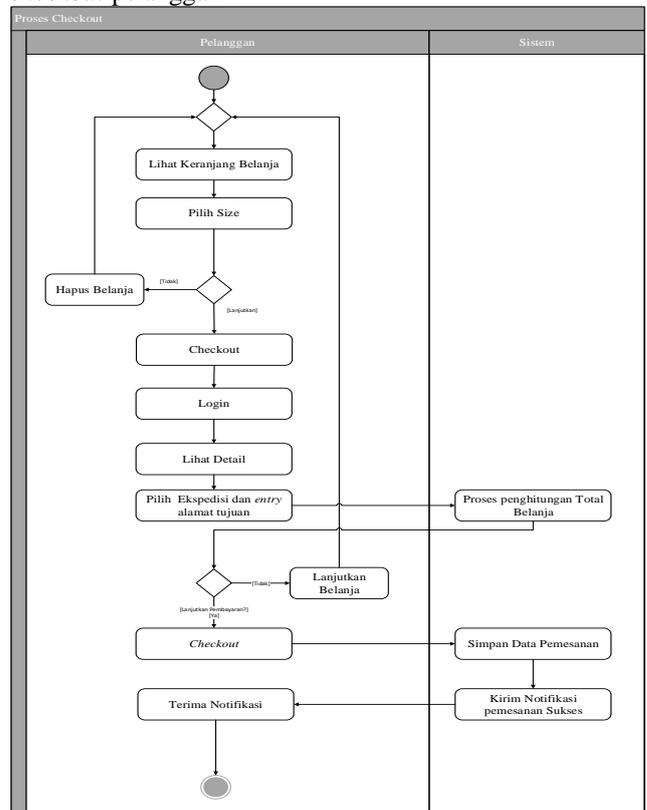
Pada gambar 2 menjelaskan tentang proses pemesanan produk oleh pelanggan



Gambar 2 Activity Diagram Proses Pemesanan

2) Activity Diagram Checkout

Pada gambar 3 menjelaskan tentang proses *checkout* pelanggan



Gambar 3 Activity Diagram Checkout

4.3. Aturan Bisnis

Adapun aturan bisnis dalam Distro Aggregate store yaitu sebagai berikut :

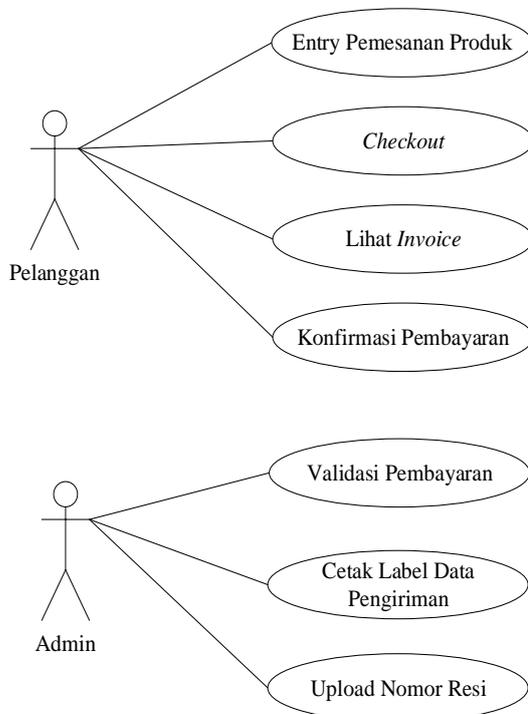
- a. Proses pembayaran paling lama 2x24 jam atau satu hari, apabila pelanggan tidak melakukan pembayaran pada waktu yang di tentukan maka distro Aggregate store membatalkan pesanan
- b. Distro Aggregate store tidak menerima refund atau retur.

4.4. Indentifikasi Kebutuhan

Dari Masalah yang ditemukan sebelumnya. Penulis akan mengidentifikasi kebutuhan sebagai user yang nantinya akan mengoprasikan system tersebut. Di gambarkan dengan *use case diagram* berikut ini

1) Use Case Diagram Transaksi

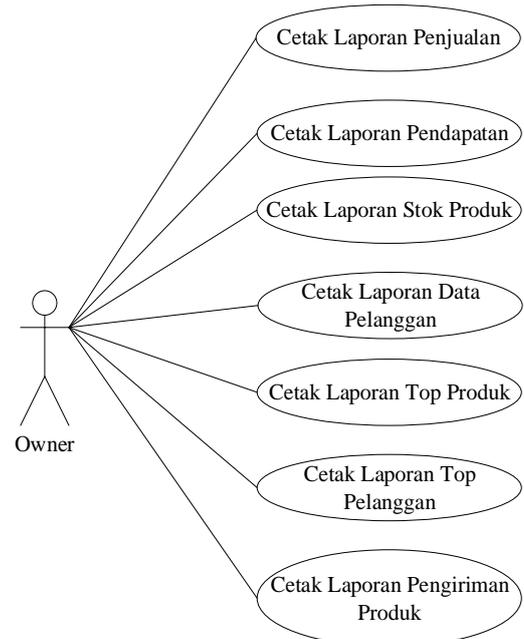
Pada gambar 3 menjelaskan *Use Case Diagram* Transaksi



Gambar 3 Use Case Diagram Transaksi

2) Use Case Diagram Laporan

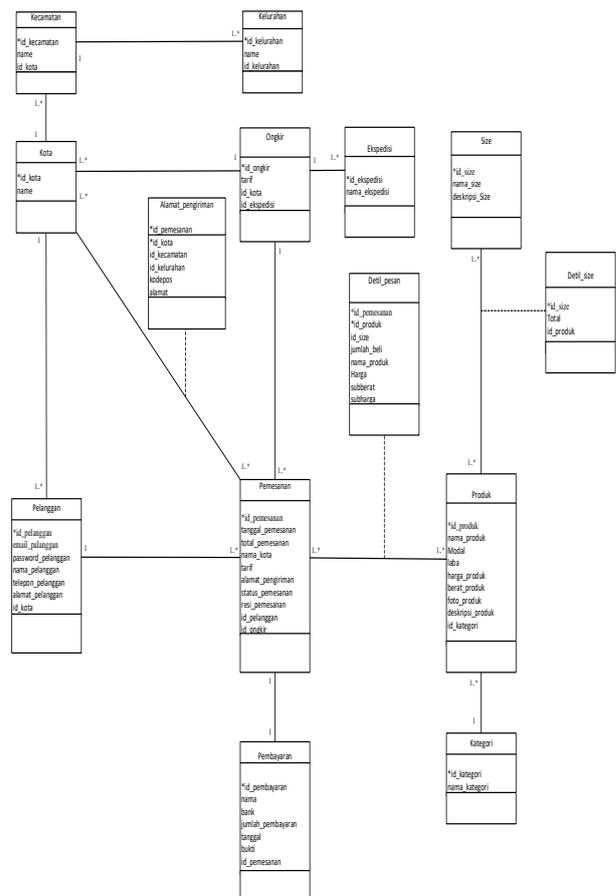
Pada gambar 4 menjelaskan *use case diagram* laporan. Cetak Laporan penjualan, Cetak Laporan Pendaatan, Cetak Laporan Stok Produk, Cetak Laporan Data Pelanggan, Cetak Laporan Top Pelanggan , Cetak Laporan Top Produk dan Cetak Laporan Pengiriman Produk.



Gambar 4 Use Case Diagram Laporan

4.5. Class Diagram

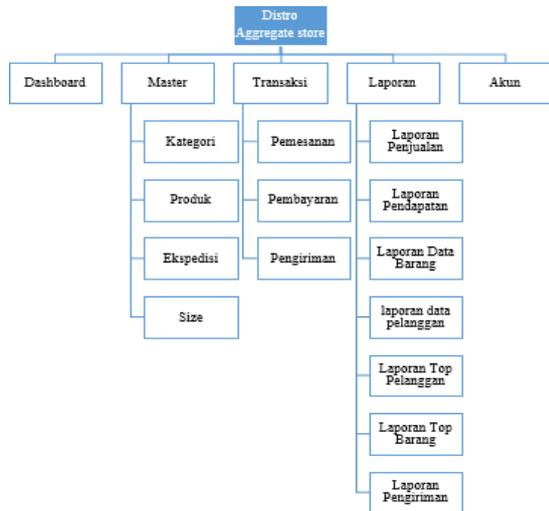
Pada gambar 5 menjelaskan *class diagram* yang diperlukan system ini diantaranya



Gambar 5 Class Diagram

4.6. Struktur Menu

Pada Gambar 6 dibawah menjelaskan struktur menu tampilan admin



Gambar 6 Struktur Menu Admin



Gambar 8 Rancangan Layar Transaksi

4.7. Rancangan Layar

Rancangan Layar terdiri dari :

- 1) Rancangan Layar *Login* Admin

Pada gambar 7 menjelaskan rancangan layar *Login* admin



Gambar 7 Rancangan Layar Dashboard Admin

Deskripsi Rancangan Layar 7 adalah:

1. Untuk *login* admin memasukkan user *password* terlebih dahulu
2. Klik *sign in* untuk masuk kedalam *system*.

- 2) Rancangan Layar Tambah Produk

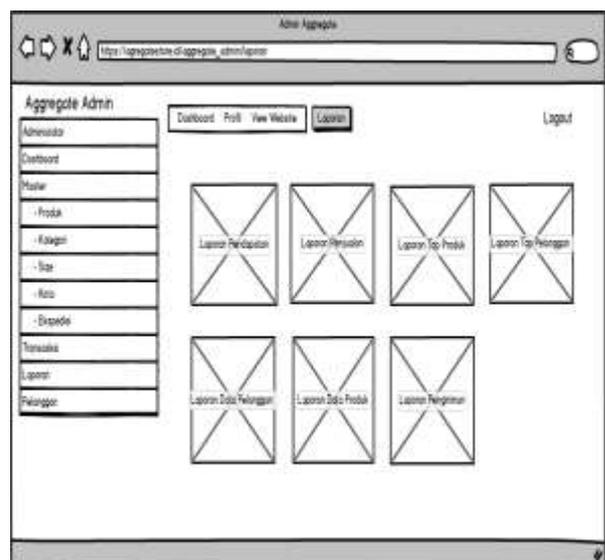
Pada gambar 8 menjelaskan rancangan layar transaksi admin

Deskripsi Rancangan Layar 8 adalah

1. Admin meng*entry* produk dan memilih kategori
2. Klik “tambah” untuk menyimpan produk yang telah di *entry*
3. Klik “Batal” untuk keluar dari menu tambah produk

- 3) Rancangan Layar Halaman Produk Pelanggan

Pada gambar 9 menjelaskan rancangan layar halaman produk

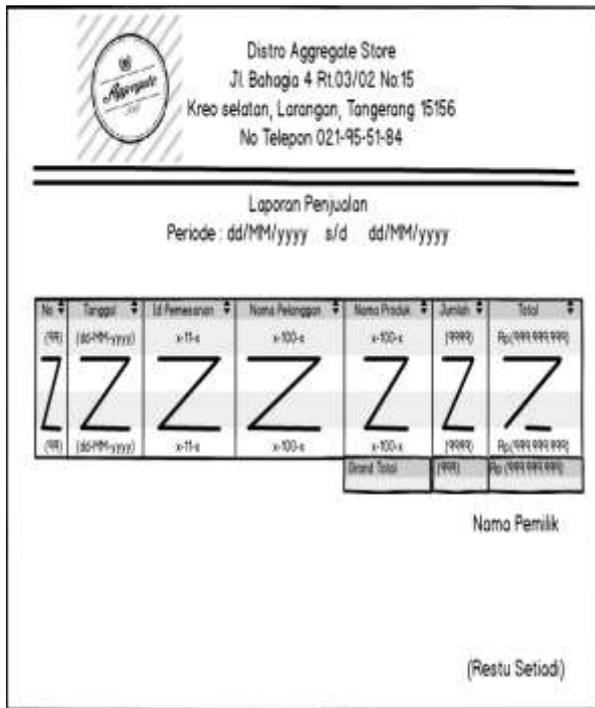


Gambar 9 Rancangan Layar Halaman Produk

Deskripsi Rancangan Layar 9 adalah :

1. Admin dapat memilih laporan mana yang ingin di cetak

4) Rancangan Keluaran Laporan penjualan

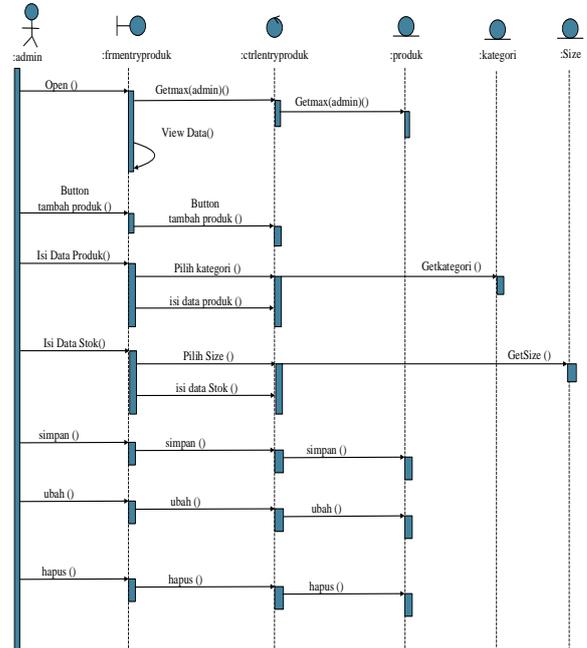


Gambar 10 Rancangan Keluaran Laporan Penjualan

4.9. Sequence Diagram

1) Sequence Diagram Produk

Pada ambar 12 menjelaskan sequence diagram produk

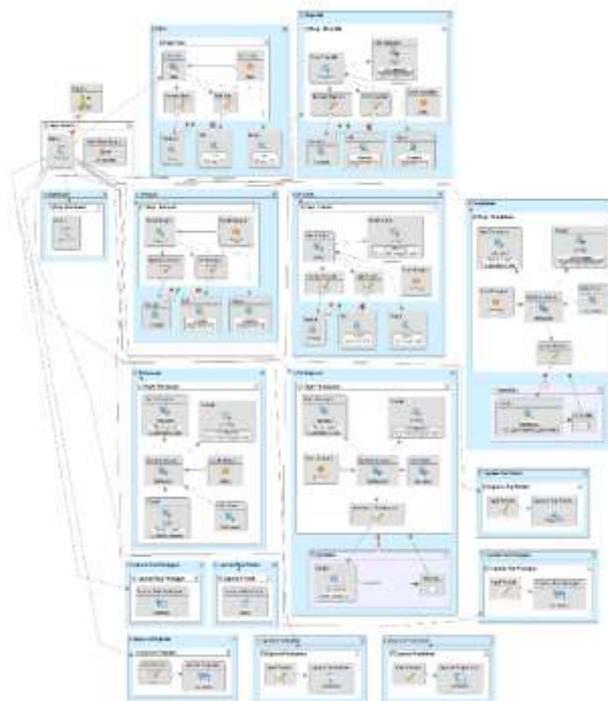


Gambar 12 Sequence Diagram Produk

4.8. Hypertext Diagram

1) Hypertext Diagram Keseluruhan admin

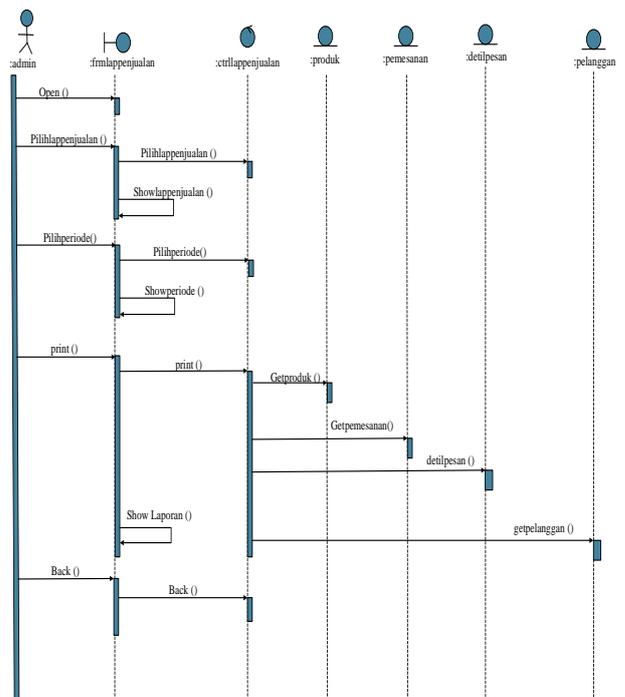
Pada gambar 11 menjelaskan Hypertext Diagram Halaman Keseluruhan Admin



Gambar 11 Hypertext Diagram Halaman Keseluruhan Admin

2) Sequence Diagram Laporan Penjualan

Pada gambar 13 menjelaskan sequence diagram laporan penjualan



Gambar 13 Sequence Diagram Laporan Penjualan

4.10. Search Engine Optimize (SEO)

Untuk menerapkan SEO Penulis memilih nama domain yang tepat terhadap barang yang dipasarkan. Lalu melakukan *research* pemberian nama merek dan pengembangannya, karena dalam mesin pencari *keyword* sangat berperan penting sekali untuk membuat *website* tersebut terbaca oleh mesin pencari. Setelah itu penulis juga membuat *sitemap*, yaitu gambaran besarnya dari *website* agar mesin pencari dapat dengan mudah menjangkau isi dari *website* tersebut. Lau peneliti menggunakan *Web master tool* untuk memverifikasi alamat *website* didalam sebuah mesin pencari google untuk membuat *website* yang dibuat dapat ditemukan, bisa dilihat pada gambar 14 dibawah ini :



Gambar 14 Google Master Tool

Hasil dari pengembangan SEO yang penulis terapkan bias di lihat pada gambar 15 di bawah ini:



Gambar 15 Hasil Strategi SEO

maka akan ditampilkan informasi produk yang akan dipesan oleh pelanggan, admin penjualan akan menjadi lebih mudah mencari informasi produk sesuai dengan apa yang akan di pesan oleh pelanggan, sehingga pelayanan menjadi cepat. Dengan melalui rancangan *E-Commerce* melalui *web back - end* dapat mempermudah dan mempercepat Pembuatan laporan Top produk sehingga membantu pemilik mengetahui produk mana yang paling sering terjual dan memudahkan *owner* mengambil kebijakan.. Dengan adanya rancangan ini pula, dapat mempermudah dan mempercepat pembuatan laporan pelanggan yang sering bertransaksi sehingga membantu *owner* untuk mengetahui pelanggan yang sering bertransaksi agar dapat mengambil kebijakan.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Aisyah, D. A. and Falgenti, K. (2017) ‘Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Sistem Informasi Penjualan Berbasis Kinerja pada Proyek Apartemen Mega City Bekasi’, *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 03(3), pp. 343–352. doi: <https://doi.org/10.25077>.

[2] Lesmono, I. D., Studi, P. and Informatika, M. (2018) ‘SEPATU BERBASIS WEBSITE DENGAN METODE’, 6(1), pp. 55–62.

[3] Nugroho, F. E. (2016) ‘Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online Studi Kasus Tokoku’, *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer*, 7(2), p. 717. doi: 10.24176/simet.v7i2.786.

[4] Susandi, D. and Sukisno, S. (2017) ‘Sistem Penjualan Berbasis E-Commerce Menggunakan Metode Objek Oriented pada Distro Dlapak Street Wear’, *JSiI (Jurnal Sistem Informasi)*, 4, pp. 5–8. doi: 10.30656/jsii.v4i0.368.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan penulis untuk meningkatkan pendapatan pada Distro Aggregate store maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Dengan adanya rancangan *e-commerce*,

PENERAPAN E-COMMERCE GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA DISTRO AGGREGATE STORE

Muhamad Faris Sadikin¹, Ita Novita²

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Buk Lukut
 Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260
 E-mail : farisbeben@gmail.com¹, itanovita@stisiluhur.ac.id²

ABSTRAK

Distro Aggregate store merupakan sebuah distro fashion dengan produk dan merek milik sendiri. Distro ini didirikan oleh Restu Setiadi pada tahun 2013. Distro ini bergerak dibidang penjualan fashion berupa pakaian dan aksesoris yang berhubungan dengan sepak bola. Sistem yang ada di Distro Aggregate Store saat ini masih terdapat banyak data-data yang melalui proses penyesuaian seperti dengan proses pembuatan laporannya belum terlampai atau terlewat dan lain-lain, serta belum bisa untuk memonitor data yang ada dan belum menggunakan

