

PEMBUATAN *E-COMMERCE* PADA WARTEG VANS TAMAN PURING

Teguh Pangestu¹⁾, Hestya Patrie²⁾

Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260
E-mail: teguhpangestu96@gmail.com¹⁾, hestya.patrie@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

Warteg Vans adalah toko sepatu yang bergerak dalam bidang penjualan yang berlokasi pada di Taman Puring Jl. Kyai Maja Jakarta Selatan Blok H/11. Penulis melakukan analisa mengenai system penjualan pada toko Warteg Vans, dimana system yang sedang berjalan pada toko Warteg Vans masih belum menggunakan teknologi berbasis web, seperti melakukan penjualan sepatu, dan membuat laporan harian dan bulanan. Begitupun dengan pengolahan data yang dihasilkan dari hasil transaksi penjualan yang masih manual dengan tulisan tangan, sehingga memungkinkan terjadinya kesalahan atau masalah seperti kekeliruan dalam penulisan dan perhitungan. Dengan adanya teknologi yang berkembang pesat saat ini, sangat memungkinkan untuk mendukung bisnis agar menjadi lebih berkembang dan maju. Hal ini menjadi peluang untuk menangani masalah-masalah yang terjadi pada Warteg Vans dengan merancang system penjualan berbasis web dengan memanfaatkan teknologi yang ada, diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi Warteg Vans. Sehingga kegiatan penjualan sepatu menjadi lancar serta mampu bertahan dan bersaing dengan serupa yang ada pada saat ini. Penulis mengimplementasikan dengan menggunakan Microsoft Visio 2013, Balsamic Mockup dan menggunakan Database PHPMyadmin. Penulis berharap dengan adanya rancangan sistem informasi penjualan sepatu berbasis web, dapat membantu mengatasi masalah-masalah yang sering terjadi pada Warteg Vans.

Kata kunci: penjualan, *e-commerce*, sepatu, berbasis web

1. PENDAHULUAN

Berdasarkan hasil yang menguntungkan yang dilakukan pada Warteg Vans merupakan sebuah usaha *fashion* dan semakin berkembangnya serta semakin tingginya kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan yang berhubungan dengan kebutuhan *fashion*, maka saya sebagai penulis memutuskan untuk membuat *e-commerce* yang dimana produknya berdasarkan *update-update fashion* masa kini dan juga akan menyediakan layanan pemesanan untuk para konsumen (*order*) sehingga konsumen bisa menikmati hasil pesannya sesuai keinginan. Permasalahan pada toko Warteg Vans yaitu; Stok lama yang dimiliki Warteg Vans terlihat usang sehingga, pihak toko mengalami kesulitan untuk memasarkan stok lama, kurangnya informasi penjualan sehingga, tidak diketahui produk yang terjual, kurangnya struktur organisasi yang ada di Warteg Vans menyebabkan pelanggan yang telah membeli produk kesulitan untuk melakukan retur dan terkadang penjual salah menulis harga di nota penjualan (*human error*) sehingga sering kali perusahaan mengalami kerugian dan sulitnya pelanggan membeli produk yang mereka inginkan tidak ada toko Warteg Vans didaerahnya.

Ruang lingkup atau batasan pada pembuatan, analisa, dan rancangan *e-commerce* pada Warteg Vans khusus untuk penjualan produk sepatu secara ritel antara lain penginputan *master* produk, pendaftaran pelanggan, penginputan pemesanan, konfirmasi pesanan, pencetakan laporan pesanan, pencetakan laporan per produk dibeli, pencetakan laporan penjualan, pencetakan laporan pelanggan

yang bertransaksi, dan pencetakan laporan produk yang dibeli.

Tujuan dan Manfaat penulisan penelitian ini yaitu rancangan sistem *e-commerce* untuk Warteg Vans adalah sebagai pengembangan sistem penjualan pada Warteg Vans, karena penjualan Warteg Vans saat ini menurun, dengan dirancangnya sebuah *e-commerce* dapat membuat penjualan pada Warteg Vans meningkat dan mempermudah dalam pencarian produk yang stoknya masih tersedia dan mencari produk yang akan dikirim kepada pelanggan.

Sistem Informasi adalah cara-cara yang diorganisasi untuk mengumpulkan, memasukkan, dan mengolah serta menyimpan data, dan cara-cara yang diorganisasi untuk menyimpan, mengelola, mengendalikan, dan melaporkan informasi sedemikian rupa sehingga sebuah organisasi dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan [1]. Komponen-komponen dalam sistem informasi yaitu; (1) Meningkatkan aksesibilitas data yang tersaji secara tepat waktu dan akurat bagi pada pengguna. (2) Menjamin tersedianya kualitas dan keterampilan dalam memanfaatkan sistem informasi secara kritis dan (3) Mengembangkan proses perencanaan yang efektif.

Sedangkan sistem secara sederhana dapat di definisikan sebagai kelompok elemen yang saling berhubungan atau berinteraksi hingga membentuk satu persatuan. Konsep umum sistem adalah sekelompok komponen yang saling berhubungan, bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama

dengan menerima *input* serta menghasilkan *output* dalam *process transformasi* yang teratur [2].

Sistem informasi mempunyai 8 (delapan) komponen atau disebut juga dengan blok bangunan (*building block*), yaitu:

1. Komponen Sistem (*Component*)

Suatu sistem terdiri dari sejumlah komponen yang saling berinteraksi, yang artinya saling bekerja sama membentuk suatu kesatuan. Komponen-komponen sistem atau elemen-elemen sistem dapat berupa suatu subsistem atau bagian-bagian dari sistem.

2. Batasan Masalah (*Boundry*)

Batas sistem merupakan daerah yang membatasi antara suatu sistem dengan sistem lainnya atau dengan lingkungan luarnya.

3. Lingkungan Luar Sistem (*Environment*)

Lingkungan luar dari suatu sistem adalah apapun diluar batas dari sistem yang mempengaruhi operasi sistem. Lingkungan luar sistem ini dapat bersifat menguntungkan dan juga merugikan.

4. Penghubung Sistem (*Interface*)

Penghubung merupakan media yang menghubungkan antara satu subsistem dengan subsistem yang lainnya. Keluaran dari satu subsistem akan menjadi masukan untuk subsistem lainnya melalui penghubung.

5. Keluaran Sistem (*Output*)

Keluaran sistem adalah energi yang diolah dan diklasifikasikan menjadi keluaran yang berguna. Keluaran dapat merupakan masukan untuk subsistem yang lain.

6. Masukan Sistem (*Input*)

Masukan sistem adalah energi yang dimasukkan ke dalam sistem. Masukan dapat berupa masukan perawatan dan masukan sinyal. Maintenance input adalah energi yang dimasukkan supaya sistem tersebut dapat berjalan.

7. Pengolahan Sistem (*Process*)

Suatu sistem dapat mempunyai suatu bagian pengolah atau sistem itu sendiri sebagai pengolahnya. Pengolah yang akan merubah masukan menjadi keluaran.

8. Sasaran Sistem (*Objective* atau *Goal*)

Suatu sistem pasti mempunyai tujuan atau sasaran, kalau sistem tidak mempunyai sasaran maka sistem tidak akan ada. Suatu sistem dikatakan berhasil bila mengenai sasaran atau tujuannya. Sasaran sangat berpengaruh pada masukan dan keluaran yang dihasilkan.

Business Model Canvas suatu kerangka-kerangka kerja yang membahas model bisnis dengan disajikan dalam bentuk visual berupa kanvas lukisan, agar dapat dimengerti dan dipahami dengan mudah. Model ini digunakan untuk menjelaskan, memvisualkan, menilai dan mengubah suatu model bisnis, agar mampu menghasilkan kinerja yang lebih optimal [3].

SEO adalah teknik yang digunakan agar website dapat dikenal dengan mudah oleh mesin pencari sehingga dapat meningkatkan pengunjung website, terdapat 2 macam teknik SEO yaitu SEO on page dan SEO off page. SEO on page adalah teknik-teknik yang digunakan pada halaman website dengan cara memodifikasi bagian-bagian website seperti content, link, tag, kata kunci [4].

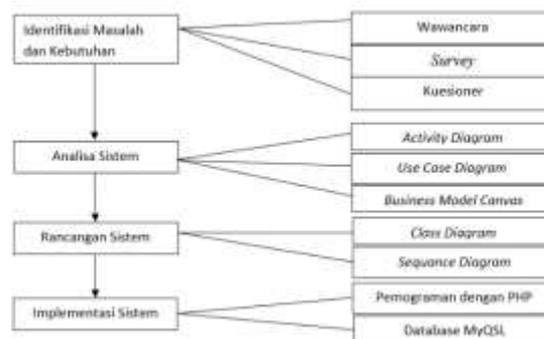
Pengertian Marketing adalah suatu rangkaian kegiatan yang bertujuan untuk memasarkan produk, baik barang ataupun jasa, dengan berbagai cara agar produk tersebut disukai dan digunakan oleh khalayak luas.

MySQL merupakan *database server* yang paling sering digunakan dalam pemograman *PHP*. *MySQL* digunakan untuk menyimpan data di dalam *database* dan memanipulasi data-data yang diperlukan. Manipulasi data tersebut berupa menambah, mengubah, dan menghapus data yang berada dalam *database*[5].

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Kerangka Kerja Penelitian

Untuk membantu dalam penyusunan penelitian ini, maka perlu adanya susunan kerangka kerja (*Framework*) yang jelas tahapan-tahapannya. Kerangka kerja ini merupakan langkah-langkah yang akan dilakukan dalam penyelesaian masalah yang akan dibahas. Adapun kerangka kerja penelitian yang digunakan seperti yang terlihat pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Kerja Penelitian

Pembahasan masing-masing tahap dalam penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Studi Literatur
 - Mencari teori dari *internet*, buku dan jurnal referensi jurnal.
- b. Pengumpulan Data
 - Tools* yang digunakan:
 - 1) Observasi
 - 2) Wawancara
- c. Teknik Analisa Data
 - Untuk menganalisa data menggunakan:
 - 1) *Activity Diagram*
 - 2) *Use Case Diagram*
 - 3) *Business Model Canvas*
 - 4) *Sequence Diagram*

d. Perancangan Sistem

Tools yang digunakan:

- 1) PHP
- 2) CSS
- 3) Xampp
- 4) My Sql
- 5) Java Script
- 6) HTML (Hyper Text Markup Language)

e. Uji Coba Program (testing)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah software yang di buat telah sesuai dengan desainnya dan apakah masih terdapat kesalahan atau tidak.

2.2 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Observasi, Penulis melakukan pengamatan langsung terhadap proses bisnis yang sedang berjalan pada Warteg Vans.
2. Wawancara, Pengumpulan data dilakukan dengan cara bertatap muka langsung dengan mengajukan beberapa pertanyaan-pertanyaan mengenai proses bisnis yang sedang berjalan kepada karyawan Warteg Vans.

2.3 Bussines Model Canvas (BMC)

Dalam penelitian ini Metode Business Model Canvas (BMC) dipilih menjadi metode analisis model pengembangan bisnis. BMC adalah sebuah strategi dalam manajemen yang berupa visual chart yang terdiri dari 9 blok yang masing-masing blok saling berhubungan satu sama lain. Blok-blok tersebut diantaranya adalah Customer Segment, Value Proposition, Channel, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Activities, Key Resource, Key Partners, dan Cost Structure. [3]

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Business Model Canvas

Gambar 2 adalah isi dari Canvas Bisnis Model untuk Warteg Vans yang akan dibangun.

Key Partners • Pabrik pembuat sepatu	Key Activities Produksi • Memperkenalkan jenis produk sepatu ke pelanggan • Membeikan pelayanan ke pelanggan Key Resource Tenaga: • Karyawan • Kurir Alat: • Komputer • Smartphone	Value Propositions • Memberikan kemudahan untuk mencari produk sepatu terhadap pelanggan	Customer Relationships • Instagram • Whatsapp • Twitter • WebSite • Line Channels • Instagram • Whatsapp • Twiter	Customer Segments • Kalangan Mahasiswa • Komunitas Sepatu • Anakmuda
Cost Structure • Biaya: Gaji pegawai, Internet		Revenue Streams • Profit: Keuntungan dari hasil penjualan toko dan online shop, dan barang titip jual yang ditoko dan online shop		

Gambar 2. Business Model Canvas

Berikut 9 blok secara detail yang dipetakan untuk Warteg Vans:

a. Key Partners

Key Partners Warteg Vans adalah pabrik pengolahan sepatu yang mengerjakan semua produk yang ada di toko Warteg Vans dari produk model lama sampai produk model terbaru.

b. Key Activities

Key Activities Warteg Vans adalah Production yang akan memproduksi sepatu untuk fashion dengan desain-desain terbaru dan menarik yang khusus untuk dikalangan mahasiswa, anak sekolah, dan pecinta sepatu.

c. Value Propositions

Value Propositions Warteg Vans adalah memberikan kemudahan dan mengenalkan produk-produk terbaru tentang sepatu khususnya sepatu Vans.

d. Customer Relationship

Customer Relationship Warteg Vans adalah sebagai berikut :

- 1) Transactional : bisa beli langsung datang ke toko maupun media social dan WebSite yang sudah disediakan.
- 2) Long-term : menjalin hubungan kepada reseller-reseller sepatu lain dengan cara membrikan harga sesuai bagi para reseller tersebut.

e. Customer Segments

Customer segments Warteg Vans sebagai berikut:

- 1) Mahasiswa
- 2) Komunitas Pecinta Sepatu
- 3) Anak Muda.

f. Key Resources

Key Resources Warteg Vans sebagai berikut :

- 1) Tenaga yang meliputi : karyawan, kurir.
- 2) Alat yang meliputi : komputer, smartphone.

g. Channel

Channel Warteg Vans adalah menggunakan social media seperti, Instagram, Facebook, Twitter untuk mempopulerkan toko Warteg Vans.

h. Cost Structure

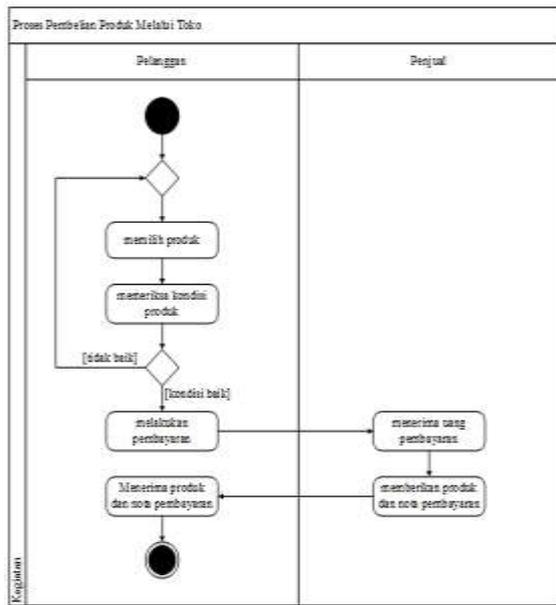
Cost Structure Warteg Vans adalah biaya gaji karyawan, internet.

i. Revenue Stream

Revenue Stream dari Warteg Vans adalah keuntungan dari hasil penjualan produk dan titipan barang yang di toko maupun di WebSite Warteg Vans.

4.2. Proses Bisnis Sistem Usulan

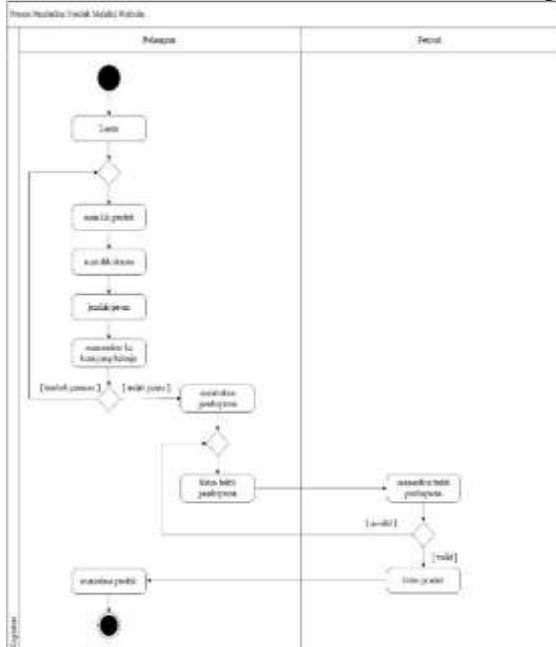
a. Proses Pembelian Produk Melalui Toko



Gambar 3. Proses Pembelian Produk Melalui Toko

Gambar 3 proses pembelian produk melalui toko Warteg Vans.

b. Proses Pembelian Produk Melalui WebShop



Gambar 4. Proses Pembelian Produk Melalui Webshop

Pada gambar 4 menggambarkan proses pembelian produk melalui WebShop.

4.3. Aturan Bisnis

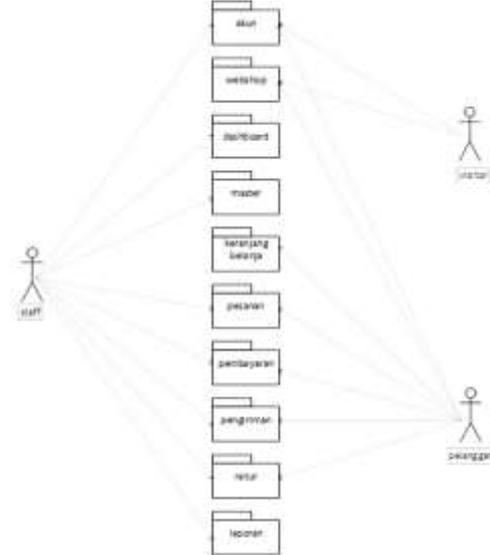
Adapun aturan bisnis di Warteg Vans adalah:

1. Proses pembayaran paling lambat 1x24 jam terhitung sejak pelanggan tersebut melakukan pemesanan melalui online.
2. Toko Warteg Vans tidak menerima refund.

4.4. Perancangan Sistem

a. Use Case Diagram

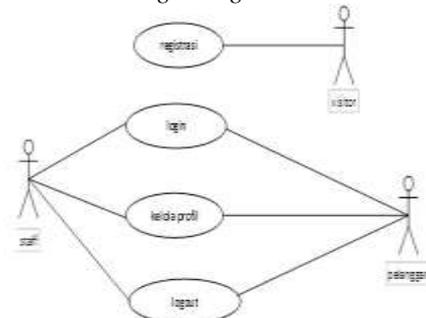
1) Use Case package diagram



Gambar 5. Use Case Package Diagram

Pada Gambar 5 tampilan Use Case Package Diagram.

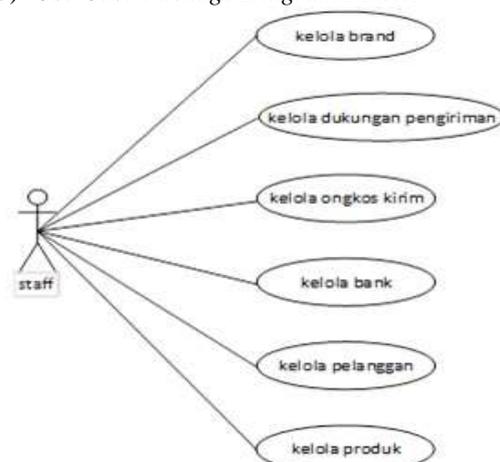
2) Usa Case Package Diagram Akun



Gambar 6. Use Case Diagram Package Akun

Pada gambar 6 tampilan menu dari sisi pelanggan, staff, dan visitor.

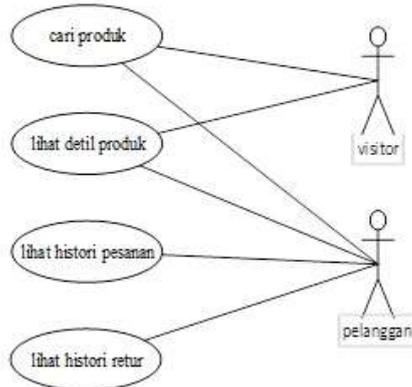
3) Use Case Package Diagram Master



Gambar 7. Use Case Diagram Package Master

Pada gambar 7 tampilan menu master dari sisi *staff*.

4) Use Case diagram package WebShop



Gambar 8. Use Case Diagram Package WebShop

Pada gambar 8 tampilan menu WebShop dari sisi visitor dan pelanggan.

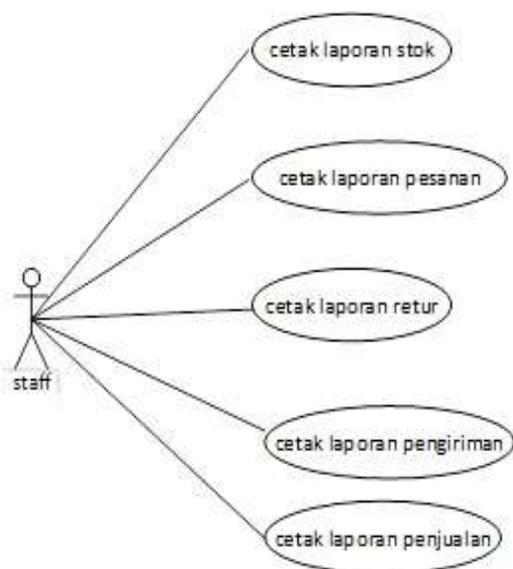
5) Use Case diagram package Pesanan



Gambar 9. Use Case Diagram Package Pesanan

Pada gambar 9 tampilan menu pesanan dari sisi pelanggan dan staff.

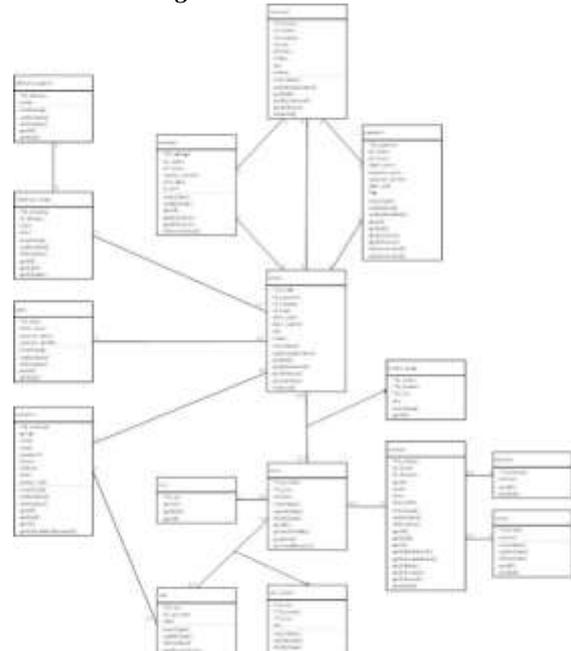
6) Use Case Diagram Package Laporan



Gambar 10. Use Case Diagram Package Laporan

Pada gambar 10 tampilan menu laporan yang akan dibuat oleh staff.

4.5 Class Diagram



Gambar 11. Class Diagram

4.6 Struktur Tampilan Menu



Gambar 12. Struktur Tampilan Menu

Pada gambar 12 menggambarkan Struktur tampilan menu.

4.7 Rancangan layar

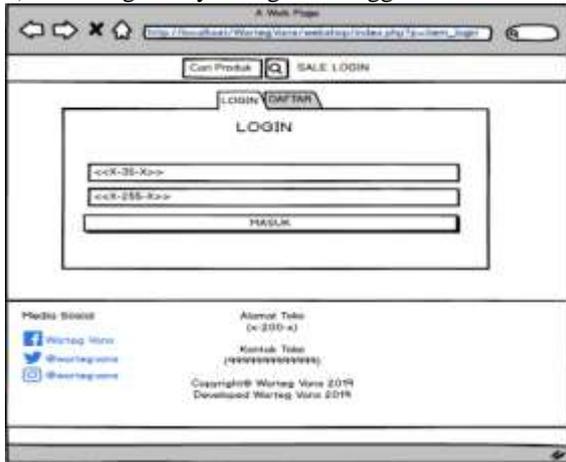
1) Rancangan Layar Halaman Login Admin



Gambar 12. Rancangan Layar Halaman Login Admin

Gambar 12 merupakan rancangan layar login untuk admin.

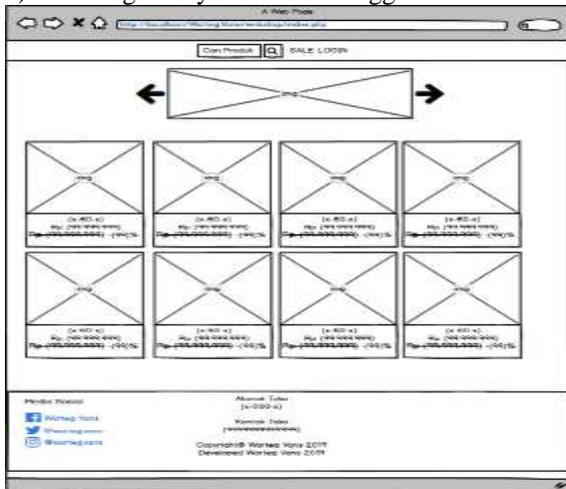
2) Rancangan Layar Login Pelanggan



Gambar 13. Rancangan layer login pelanggan

Gambar 13 merupakan rancangan layer login untuk pelanggan.

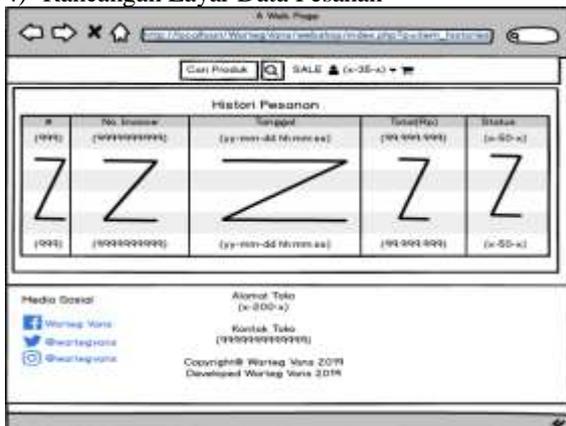
3) Rancangan Layar Home Pelanggan



Gambar 14 Rancangan layar home pelanggan

Gambar 14 merupakan rancangan layar home pelanggan untuk mencari produk.

4) Rancangan Layar Data Pesanan

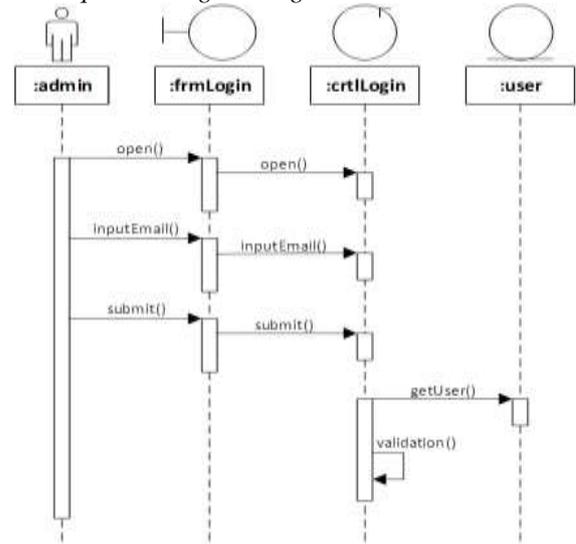


Gambar 15. Rancangan Layar Halaman Data Pesanan

Gambar 15 merupakan rancangan layar pada halaman pesanan pelanggan.

4.8 Sequence Diagram

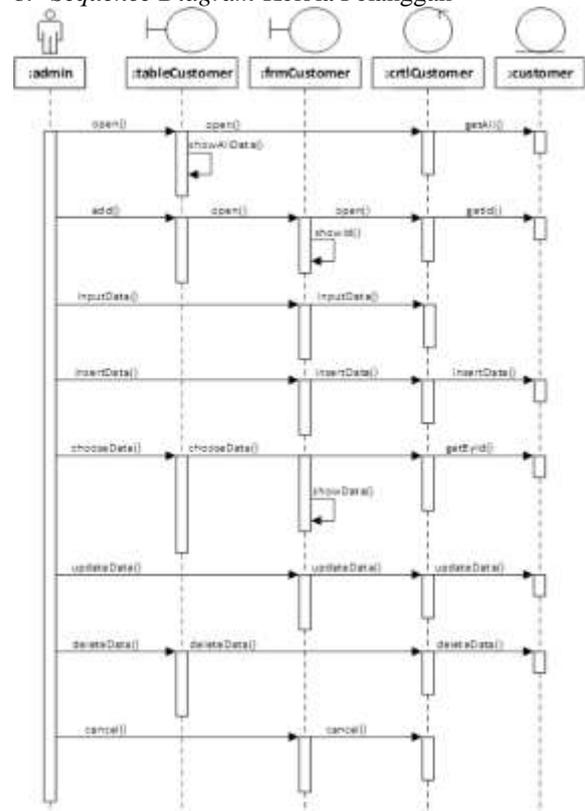
a. Sequence Diagram Login Admin



Gambar 16. Sequence Diagram Login Admin

Gambar 16 adalah gambar alur program pada halaman login admin.

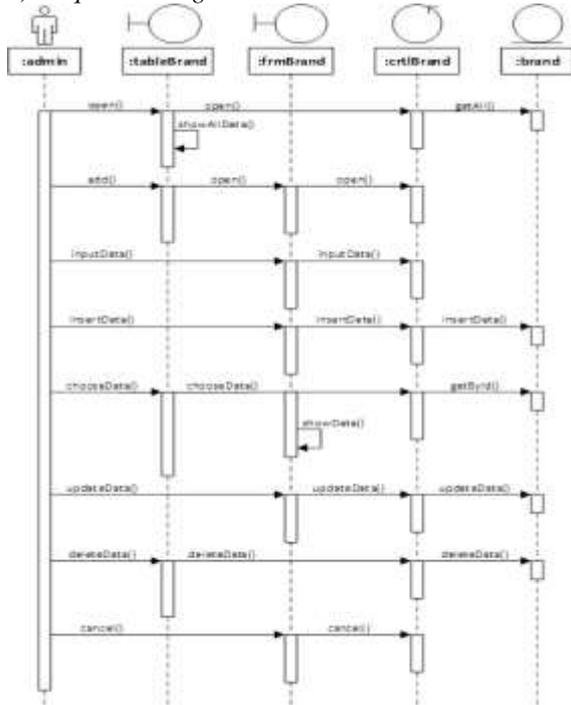
b. Sequence Diagram Kelola Pelanggan



Gambar 17. Sequence Kelola Pelanggan.

Gambar 17 adalah gambar alur program pada halaman kelola pelanggan.

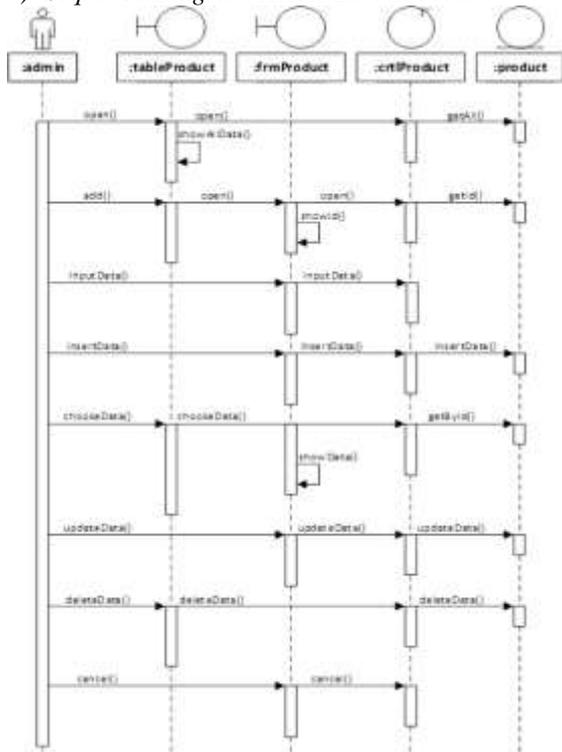
3) Sequence Diagram Kelola Brand



Gambar 18. Sequence Kelola Brand.

Gambar 18 adalah gambar alur program pada halaman kelola data brand.

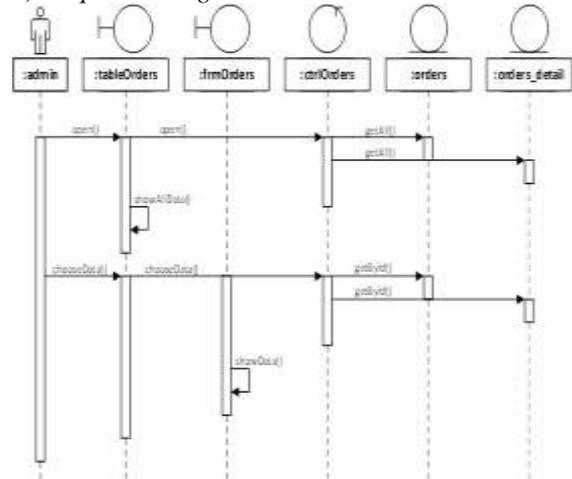
4) Sequence Diagram Kelola Data Produk



Gambar 19. Sequence Diagram Kelola Data Produk

Gambar 19 adalah gambar alur program pada halaman kelola data produk.

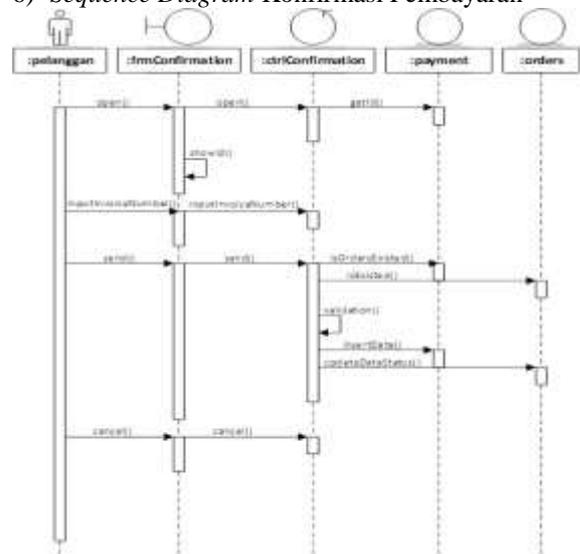
5) Sequence Diagram Kelola Pesanan



Gambar 20. Sequence Diagram Kelola Pesnaan

Gambar 20 adalah gambar alur program kelola pesanan.

6) Sequence Diagram Konfirmasi Pembayaran



Gambar 21. Sequence Diagram Konfirmasi Pembayaran.

Gambar 21 adalah gambar alur program konfirmasi pembayaran.

5. KESIMPULAN

Dari uraian diatas penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut; Dengan adanya penerapan sistem ini semua transaksi pemesanan dan pembayaran lebih efisien dan data menjadi lebih akurat, dengan adanya fitur laporan stok produk memudahkan penjual untuk mengetahui sisa produk yang telah terjual dan dengan adanya fitur laporan pesanan memudahkan penjual untuk mengetahui seberapa banyak pesanan yang telah dipesan oleh pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Krismiaji, “Sistem Informasi Akuntansi”, Yogyakarta: Unit Penerbit, 2015.
- [2] Anggoro, Dani. *et al*, “Rancangan Sistem Informasi Koperasi Simpan Pinjam Guru dan Pegawai”, *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi (SENTIKA 2015) Atmajaya Yogyakarta, 28 Maret 2015*, pp. 213–222.
- [3] Pramudita, A. S., “Formulasi Model Bisnis Hostel di Bandung dengan Pendekatan Value Chain dan Business Model Canvas (Studi Kasus: Pinisi Backpacker)”, *ISEI Business and Management*, Vol. 2, no.1, pp. 32–38, Maret 2018.
- [4] Hayaty, Mardhiya and Meylasari, Dwi., “Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi”, *Jurnal Informatika*, Vol.5, no.2, pp.295–300, September 2018.
- [5] Supriyatna, Tatang and Suwarni, “Perancangan Dan Implementasi Sistem Informasi Pemantauan Perkembangan Anak Berkebutuhan Khusus Pada Sekolah Luar Biasa Abdi Pratama”, *Jurnal Teknologi Informasi*, vol. 5, no. 2, Desember 2017.