

# MEMBANGUN SISTEM PENJUALAN BERBASIS *E-COMMERCE* PADA COFFEE SHOP STUDI KASUS: MACRONI-TEI COFFEE

Devani Anggria<sup>1)</sup>, Bima Cahya Putra<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

<sup>1,2</sup>Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260

E-mail : [danggria18@gmail.com](mailto:danggria18@gmail.com) <sup>1)</sup>, [bimo.cahyoputro@budiluhur.ac.id](mailto:bimo.cahyoputro@budiluhur.ac.id) <sup>2)</sup>

## Abstrak

*E-Commerce* saat ini mulai di kembangkan oleh berbagai pelaku bisnis untuk mendukung perusahaannya dalam menjalankan proses bisnisnya. Dengan penerapan *e-commerce* perusahaan dapat lebih efisien dan efektif dalam meningkatkan keuntungannya. Macroni-Tei Coffee adalah sebuah coffee shop yang bergerak di bidang *food and beverage*. *Coffee shop* ini memiliki pelanggan yang tersebar di dalam kota Jakarta dan telah menggunakan teknologi komputer untuk mendukung operasinya, tetapi sistem *computerized* masih terbatas dalam *Point Of Sales* (POS) untuk mendukung proses transaksi dan belum memanfaatkan teknologi internet dalam hal ini *E-Commerce* untuk mendukung kemajuan pemasaran bisnis. Berdasarkan hal tersebut diatas maka penulis mencoba melakukan suatu penelitian dan implementasi di Macroni-Tei Coffee pada bagian operasional dalam hal ini *E-Commerce* yang penulis akan jadikan sebagai penelitian dengan judul “*Implementasi E-Commerce Pada Coffee Shop Macroni-Tei Coffee*”. Dengan cara *E-Commerce* diharapkan para konsumen dari dalam kota Jakarta dapat memesan produk tanpa harus datang secara langsung serta bersamaan dan dapat melihat produk dan promo yang akan di beli melalui halaman *website*.

Kata Kunci : *E-commerce, Coffee Shop, Penjualan*

## 1. PENDAHULUAN

Macroni-Tei Coffee adalah sebuah coffee shop yang bergerak di bidang *food and beverage*. *Coffee shop* ini memiliki pelanggan yang tersebar di dalam kota Jakarta dan telah menggunakan teknologi komputer untuk mendukung operasinya, tetapi sistem *computerized* masih terbatas dalam *Point Of Sales* (POS) untuk mendukung proses transaksi dan belum memanfaatkan teknologi internet dalam hal ini *E-Commerce* untuk mendukung kemajuan pemasaran bisnis.

Berdasarkan hal tersebut diatas maka penulis mencoba melakukan suatu penelitian dan implementasi di Macroni-Tei Coffee pada bagian operasional dalam hal ini *E-Commerce* yang penulis akan jadikan sebagai penelitian dengan judul “*Implementasi E-Commerce Pada Coffee Shop Macroni-Tei Coffee*”. Dengan cara *E-Commerce* diharapkan para konsumen dari dalam kota Jakarta dapat memesan produk tanpa harus datang secara langsung serta bersamaan dan dapat melihat produk yang akan di beli melalui halaman *website*.

## 2. STUDI LITERATUR

### 2.1 Konsep Sistem Informasi

Sistem informasi adalah kumpulan informasi di dalam sebuah basis data menggunakan model dan media teknologi informasi digunakan di dalam pengambilan keputusan bisnis sebuah organisasi. Di dalam suatu organisasi, informasi merupakan sesuatu yang penting di dalam mendukung proses pengambilan keputusan oleh pihak manajemen. Sistem ini memanfaatkan perangkat keras dan perangkat lunak komputer, prosedur manual, model manajemen dan basis data [1]

### 2.2 Konsep Dasar Analisa dan Perancangan Sistem

definisi perancangan sebagai berikut: “upaya untuk mengkonstruksi sebuah sistem yang memberikan kepuasan akan spesifikasi kebutuhan fungsional, memenuhi targer, memenuhi kebutuhan dari segi performansi maupun penggunaan sumber daya, kepuasan batasan pada proses desain dari segi biaya, waktu dan perangkat [2]

### 2.3 Konsep Dasar Perancangan Sistem

Perancangan sistem adalah campuran atau seri dari proses yang menyangkut segala kegiatan-kegiatan yang terdiri dari:

- 1) Memahami sistem dari pekerjaan yang ada.
- 2) Mengidentifikasi Masalah.
- 3) Menganalisa sistem.
- 4) Membuat laporan dari hasil analisa.

Dari konsep yang ada diatas, perancangan sistem yaitu adalah instansi dengan tujuan untuk mengetahui situasi operasinya dan apakah instansi itu membutuhkan beberapa bantuan atau tidak. [3]

### 2.4 Teori Pendukung

- a. *Fishbone Diagram*
- b. *MySQL*
- c. *Hypertext Preprocessor* (PHP)
- d. *Hypertext Markup Language* (HTML)
- e. *Unified Modeling Language* (UML)
- f. *Web Modeling Language* (WebML) [4]

### 2.5 Studi Literatur

Pada tahun 2016, Fauyhi telah melakukan penelitian dengan judul “Perancangan sistem informasi penjualan online studi kasus tokoku”.

Menurut penelitian tersebut tujuan penelitian ini adalah menunjang efisien dan efektif kerja, karena dapat memperkecil peluang terjadinya kesalahan pengolahan data yang dibutuhkan dan mempermudah dalam pembuatan laporan. [5]

Pada Tahun 2017, Rizky dan Sariyun telah melakukan penelitian dengan judul “membangun E-Commerce penjualan dan pemesanan miniatur bus menggunakan metode waterfall”. Menurut penelitian tersebut dengan adanya sistem yang di buat ini, nantinya dapat membantu dalam hal melakukan penjualan produk. Mempermudah pengguna dalam melakukan pemesanan produk, sebagai media yang dapat membantu dalam mengenalkan produk baru kepada pelanggan. [6]

**3. METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam menemukan masalah penelitian, terlebih dahulu dilakukan kegiatan berfikir dan merenung guna memperoleh gagasan, dan ide untuk melakukan suatu penelitian. Selain itu dilakukan pula pengamatan atau survei terhadap proses bisnis organisasi sehingga didapat permasalahan yang terjadi. Setelah itu dilakukan indentifikasi terhadap suatu masalah dengan cara, antara lain:

- a. Studi Literature
- b. Pengumpulan Data
- c. Analisa Sistem
- d. Pengembangan Sistem
- e. Pembuatan Laporan

**4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**4.1 Profil Organisasi**

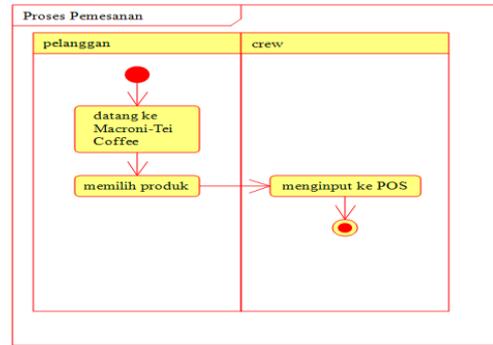
Macroni-Tei Coffee merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang *hospitality* atau *food and beverage* yang beralamatkan di Jakarta Barat dan Jakarta Utara. Produk yang dijual oleh Macroni-Tei Coffee adalah kopi dari berbagai daerah sumatera, seperti Mandailing, Toraja, Sindikalang, dan Gayo. Dari berbagai jenis kopi tersebut diolah menjadi manual brew atau espresso. Macroni-Tei Coffee juga menjual berbagai pasta seperti spaghetti, macaroni, fusilli dan berbagai pastry.

**4.2 Analisis Sistem**

Dibawah ini adalah merupakan hasil penelitian berjalan pada Macroni-Tei Coffee:

**1. Proses Pemesanan**

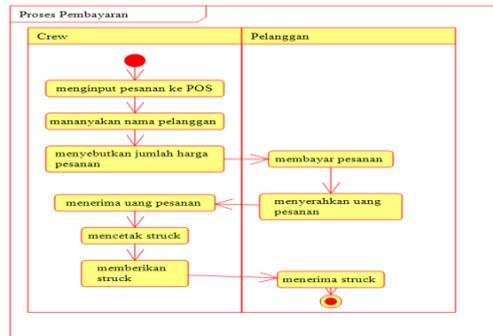
Pada proses ini pelanggan datang secara langsung ke Macroni-Tei Coffee dengan pelanggan memilih produk yang ingin di beli, setelah memilih produk yang akan di pesan crew menginput pada POS.



Gambar 1. Proses Pemesanan

**2. Proses Pembayaran**

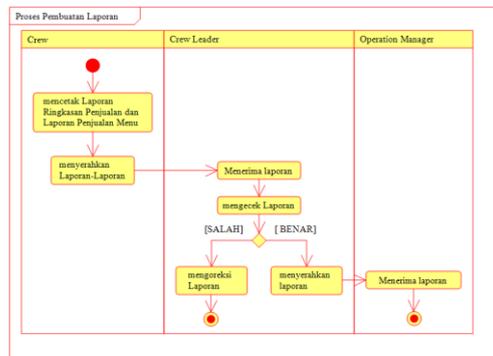
Setelah crew menginput pesanan pelanggan yang akan dipesan, crew menanyakan nama pelanggan, crew akan memberitahu jumlah harga yang harus dibayar, pelanggan dapat membayar melalui cash atau debit, crew akan menerima pembayaran dan pelanggan akan mendapatkan struk pesanan yang telah di bayar.



Gambar 2. Proses Pembayaran

**3. Proses Pembuatan Laporan**

Crew akan membuat dan mencetak laporan ringkasan penjualan dan laporan penjualan menu yang akan diserahkan kepada crew leader. Dan crew leader akan mengecek jika ada kesalahan maka akan di koreksi, jika tidak ada kesalahan maka laporan ringkasan penjualan dan laporan penjualan menu akan diserahkan kepada operasional manager.

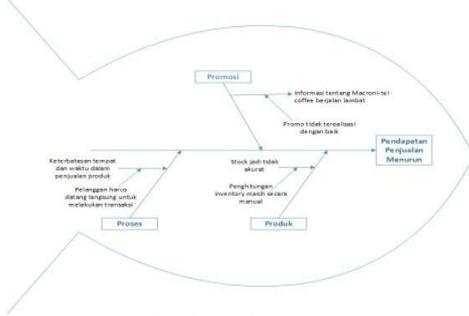


Gambar 4. Proses Pembuatan Laporan

**4.3 Analisa Masalah (Fishbone Diagram)**

Permasalahan yang di hadapi Macroni-Tei Coffee adalah penjualan yang dilakukan masih ada keterbatasan tempat dan waktu dalam penjualan

produknya. Permasalahannya digambarkan dalam bentuk *fishbone diagram* dibawah ini:



Gambar 5. Fishbone Diagram

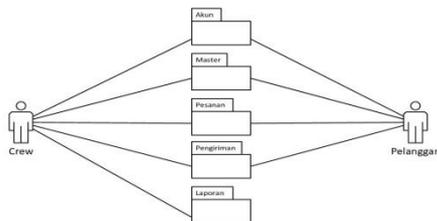
**4.4 Identifikasi Kebutuhan**

Merupakan kegiatan untuk mengetahui apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh user dalam menjalankan proses bisnisnya. Setelah mengidentifikasi atau menemukan apa saja yang dibutuhkan, maka kita bisa menyusun prioritas kebutuhan-kebutuhan tersebut, misalkan kita memiliki banyak kendala dalam memenuhi kebutuhan tersebut kita dapat merumuskan kembali kebutuhan-kebutuhan tersebut untuk dicarikan solusinya.

**4.5 Use Case Diagram**

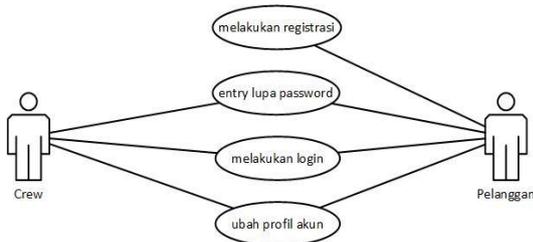
*Use Case Diagram* dari analisa Sistem yang dibuat berdasarkan permasalahan yang ditemukan antara lain :

Pada *package diagram* main terdapat 5 *package*, yaitu *use case package* akun, *use case package* master, *use case package* pesanan, *use case package* pengiriman, dan *use case package* laporan. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



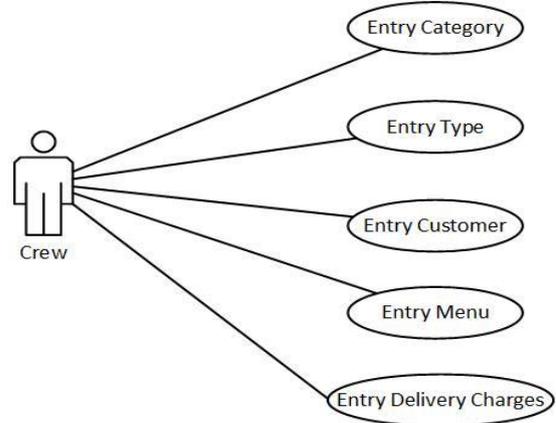
Gambar 6. Use Case Package Diagram

Pada *use case diagram package* akun terdapat *use case package* melakukan registrasi, *use case package* lupa password, *use case package* melakukan login, dan *use case package* ubah profil akun. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



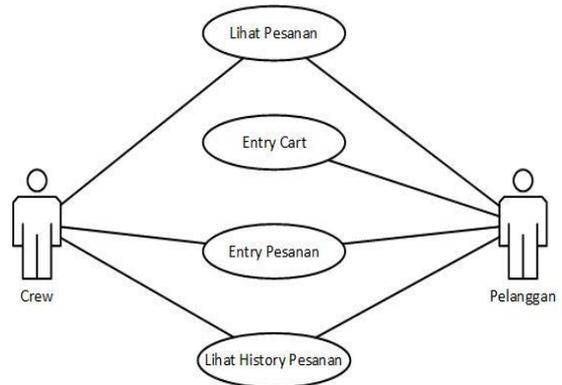
Gambar 7. Use Case Diagram Package Akun.

Pada *use case diagram package master* terdapat *use case package* Entry category, *use case package* Entry type, *use case package* Entry pelanggan, *use case package* Entry menu, dan *use case package* Entry delivery charges. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



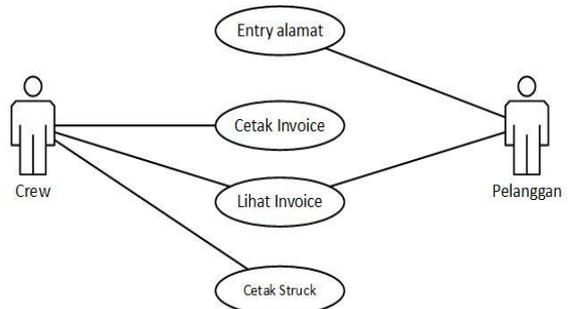
Gambar 8. Use Case Diagram Package Master

Pada *use case diagram package* lihat pesanan terdapat *use case package* Entry cart, *use case package* Entry pesanan, *use case package* Entry lihat histori pesanan, Dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



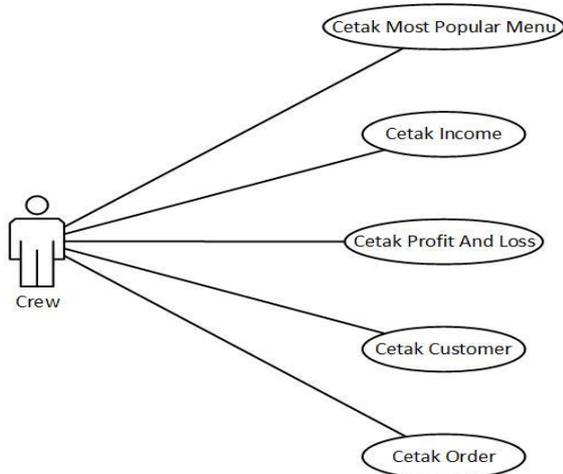
Gambar 9. Use Case Diagram Package Pesanan

Pada *use case diagram package* pengiriman terdapat *use case package* entri alamat pengiriman, *use case package* pilih ongkos kirim, *use case package* cetak Invoice, dan *use case package* lihat Invoice. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 10. Use Case Package pengiriman

Use Case Diagram Package Laporan. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

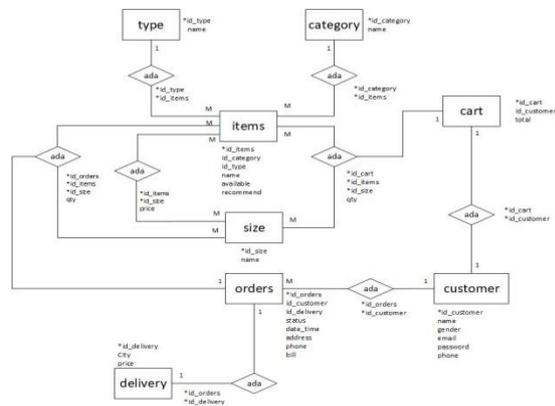


Gambar 11. Use Case Diagram Package Laporan

4.6 MODEL DATA

a. Entity Relationship Diagram (ERD)

ERD merupakan suatu model untuk menjelaskan hubungan antar data dalam basis data berdasarkan objek-objek dasar data yang mempunyai hubungan antar relasi. ERD untuk memodelkan struktur data dan hubungan antar data, untuk menggambarkannya digunakan beberapa notasi dan simbol. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 12. Entity Relationship Diagram

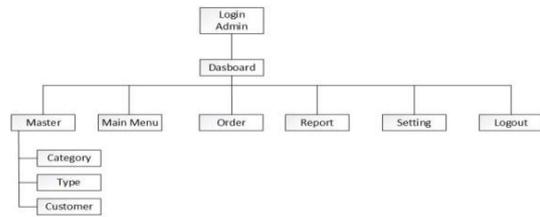
b. Spesifikasi Basis Data

Spesifikasi Basis Data adalah uraian yang secara detail tentang tiap data (table) yang di cocok kan dengan software yang akan digunakan pada saat akan implementasi sistem.

c. Struktur Menu

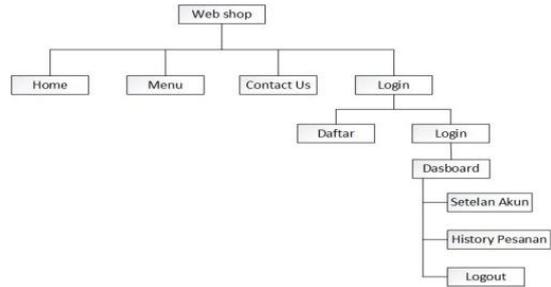
Berikut adalah gambar struktur dari semua tampilan layar yang dirancangan pada e-commerce pada Macroni-Tei Coffee. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

1) Struktur Menu Admin



Gambar 13. Struktur Menu Admin

2) Struktur Menu Pelanggan

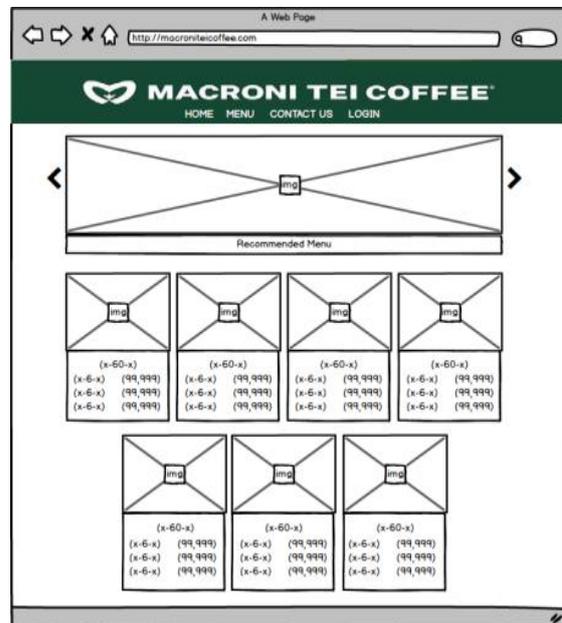


Gambar 14. Struktur Menu Pelanggan

d. Rancangan Layar

1) Rancangan Layar Home

Pada gambar 15 ini menjelaskan tentang halaman home website dan daftar barang yang dapat di pesan oleh pelanggan. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 15. Rancangan Layar Home

2) Rancangan Layar Cart

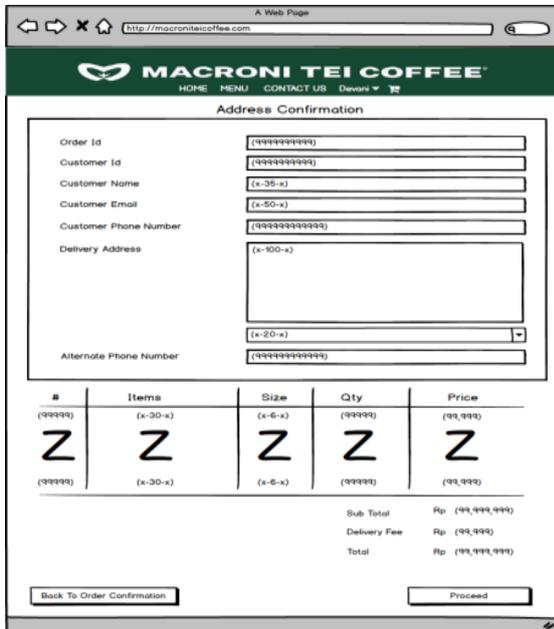
Pada gambar 16 menjelaskan tentang data pesanan pelanggan yang dapat dilihat oleh pelanggan dan juga dapat di ubah oleh pelanggan. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 16. Rancangan Layar Cart

3) Rancangan Layar Address Confirmation

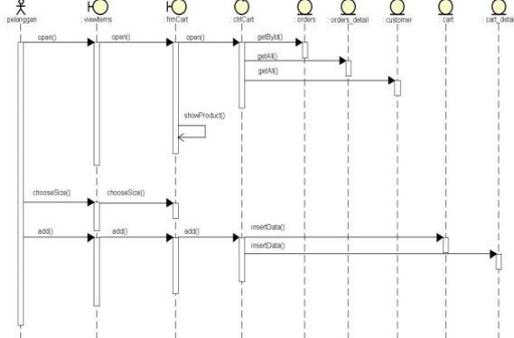
Pada gambar 17 menjelaskan tentang pelanggan yang menginput alamat pengiriman. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 17. Rancangan Layar Address Confirmation

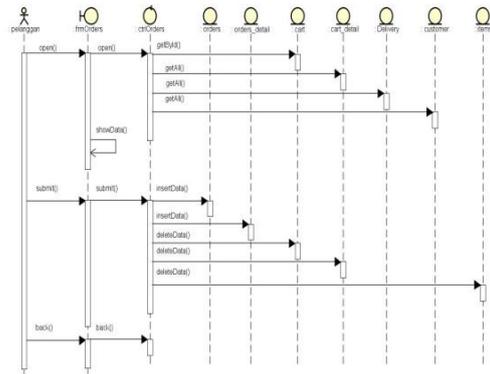
e. Sequence Diagram

1) Sequence Diagram Cart



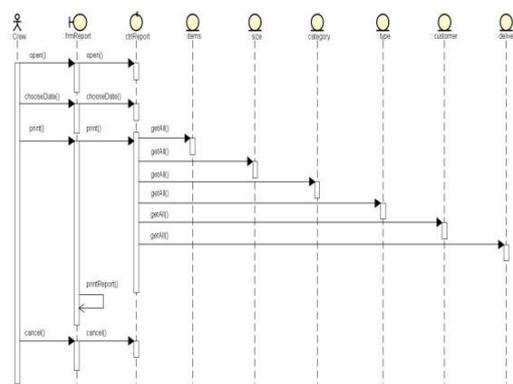
Gambar 17. Sequence Diagram Cart

2) Sequence Diagram Orders



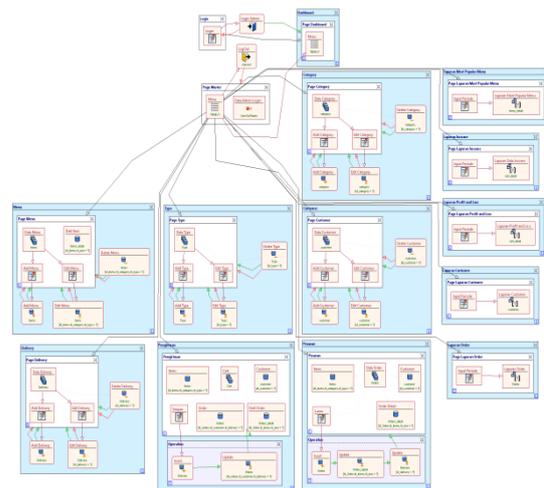
Gambar 18. Sequence Diagram Orders

3) Sequence Diagram Cetak Laporan Orders



Gambar 19. Sequence Diagram Cetak Laporan Orders

f. Hypertext Model (WebML)



Gambar 20. Hypertext Model Halaman Keseluruhan

5. KESIMPULAN

Setelah melakukan beberapa analisa dan implementasi sistem, maka dapat diberikan beberapa kesimpulan dan saran sebagai bagian akhir atau penutup dari Laporan penelitian ini, yaitu:

- a. Dengan adanya implementasi E-commerce pada coffee shop ini semua transaksi menjadi lebih efisien dan data menjadi lebih akurat.
- b. Dengan adanya penerapan sistem ini maka penjualan yang dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja, tanpa harus datang langsung.
- c. Dengan adanya penjualan berbasis web ini, maka penjual dapat mengembangkan usahanya dengan memberikan segala promosi yang mudah dilihat oleh orang banyak.

#### DAFTAR PUSTAKA.

- [1] B. Romney, Marshall. dan John Steinbart, Paul 2015. *Sistem Informasi Akuntansi*, Edisi 13. Salemba Empat : Jakarta
- [2] Krismiaji, 2015, *Sistem Informasi Akuntansi*, Unit Penerbit, Yogyakarta.
- [3] Heizer, dan Render. 2014. *Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat
- [4] Solichin, Achmad. 2016, "Pemrograman Web Dengan Php Dan Mysql", pp. 10
- [5] Eko Nugroho, Fauyhi. "Perancangan Sistem Penjualan Online Studi Kasus Tokoku," *Simetris*, vol. VII, November 2016.
- [6] Kurniawans, Rizki, 2017. *Membangun situs E-commerce penjualan dana pemesanan miniatur bus menggunakan metode waterfall*, Universitas Stikubank Semarang.