

IMPLEMENTASI PENJUALAN BEBASIS E-COMMERCE PADA TOKO SYNERGIE MOTOR

Arief Widyanto¹⁾, Hestya Patrie²⁾

¹Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
^{1,2}Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260
 E-mail : ariefwidyanto180695@gmail.com¹⁾, hestya.patrie@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

SYNERGIE MOTOR sebuah toko suku cadang yang berada di kota Jakarta synergie motor berdiri sejak tahun 2009 yang dimiliki oleh Buldani Muslim. Synergie Motor menyediakan berbagai suku cadang mobil, botol klep *pregio*, joint kopel *ceres*, selang radiator dan produk lainnya, permasalahan yang dihadapi sekarang. Kesulitan memasarkan stok produk mengakibatkan stok produk tidak terjual, kurang media promosi untuk memasarkan produk terbaru sehingga pelanggan kurang mengetahui produk terbaru dari synergie motor, kurang optimalnya dalam melakukan pemesanan karena pelanggan hanya dapat melakukan pemesanan dengan datang langsung ke toko, tidak ada module untuk konfirmasi pembayaran secara online mengakibatkan bagian penjualan dan pemilik sulit mengetahui pelanggan mana yang sudah melakukan pembayaran dan tidak adanya laporan transaksi secara online misalnya laporan pemesanan, pembayaran, pengiriman, retur dan rekapitulasi setiap bulannya. Dengan adanya permasalahan tersebut, maka dibutuhkan sistem yang berbasis online sehingga dapat meminimalisir terjadinya kesalahan informasi dalam pengambilan keputusan yang memudahkan berjalannya aktivitas transaksi dan laporan. Berdasarkan hal tersebut, penulis memilih judul “IMPLEMENTASI PENJUALAN BERBASIS E-COMMERCE PADA TOKO SYNERGIE MOTOR” diterapkan dengan pemrograman Bahasa PHP dan menggunakan *php myadmin* sebagai databasenya. Dengan adanya sistem berbasis online dan komputerisasi dapat menghasilkan data lebih tepat, akurat dan tempat waktu yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan.

Kata kunci: sistem informasi, suku cadang, berbasis *e-commerce*

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi sangat semakin pesat, pengguna teknologi dan internet berpegang peranan penting diberbagai bidang yang saling mendukung dalam aspek kehidupan. Misalnya dalam dunia bisnis hampir disemua sektor dalam dunia bisnis, instansi atau perusahaan telah banyak yang menggunakan komputer dalam menunjang kegiatannya.

Dari penjelasan diatas penulis tertarik untuk membangun sebuah *website* penjualan berbasis *e-commerce* pada *distribution outlet* atau yang disebut toko suku cadang merupakan konsep usaha ritel yang menyediakan berbagai perlengkapan suku cadang mobil, botol klep *pregio*, lahar roda RR luar *travello*, joint kopel *ceres*, metal bulan CNV.D, selang radiator *lower sportage* dan produk sukucadang lainnya. Umumnya usaha dengan konsep suku cadang mengutamakan kebutuhan orang dewasa. Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan pada SYNERGI MOTOR, sistem penjualan produk toko saat ini hanya melalui telepon, dan Whatsapp. Kehadiran *e-commerce* sebagai media transaksi baru ini tentunya menguntungkan banyak pihak, baik pihak konsumen, maupun pihak penjual.

Penulis mencoba untuk merancang *e-commerce* dengan memanfaatkan teknologi internet dalam penjualan dan proses bisnisnya hingga dapat kapan aja diakses dan dimana saja oleh pelanggan. Untuk itu pada tugas akhir penulis ini memberi judul “IMPLEMENTASI PENJUALAN BERBASIS E-COMMERCE PADA TOKO SYNERGI MOTOR”.

1.2. Permasalahan

- Sistem penjualan produk toko saat ini hanya melalui telepon, dan whatsapp.
- Kurang media promosi untuk memasarkan produk terbaru sehingga pelanggan kurang mengetahui produk terbaru dari toko SYNERGI MOTOR.
- Kurang optimalnya dalam melakukan pemasaran karena pelanggan hanya dapat melakukan pemesanan dengan datang langsung ke toko.
- Tidak mengetahui barang yang terlaris atau paling sering dibeli setiap hari, perbulan dan pertahun.
- Tidak ada module untuk konfirmasi pembayaran secara *online* mengakibatkan bagian penjualan dan pemilik sulit mengetahui pelanggan mana yang sudah melakukan pembayaran.

- f. Tidak adanya laporan transaksi secara *online* misalnya laporan pemesanan, pembayaran, pengiriman, retur dan surat jalan sehingga pemilik sulit mengetahui laporan transaksi secara online setiap bulannya.

1.3. Tujuan Penulisan

- Mempermudah dalam memasarkan stok produk lama.
- Mempermudah dalam mempromosikan produk terbaru.
- Mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan tanpa harus datang ke toko.
- Mempermudah pelanggan dalam memberikan informasi stok barang.
- Membuat sistem konfirmasi pembayaran agar bagian penjualan mengetahui pelanggan mana saja yang sudah melakukan pembayaran.
- Membuat sistem, dalam membuat laporan transaksi secara *online* agar pemilik dapat mengetahui laporan setiap bulannya.

2. PENELITIAN SEBELUMNYA

2.1. Teori Yang Berkaitan Dengan Topik Bahasan

- Pengertian *E-Commerce*
 “*e-commerce* dapat didefinisikan karena terjadinya transaksi atau pertukaran informasi antara penjual didunia maya“.[1] Munculnya *e-commerce* tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat, khususnya internet. *e-commerce* memungkinkan suatu perusahaan menjangkau seluruh dunia untuk memasarkan produk atau jasanya tanpa harus dibatasi oleh batas-batas geografis.
- Jenis-Jenis *E-Commerce*
 Didalam teori *e-commerce* ada 7 jenis *e-commerce* yaitu:
 - Business to Business* (B2B) adalah jenis perdagangan yang meliputi semua transaksi elektronik barang atau jasa yang dilakukan antar perusahaan.
 - Business to Consumer* (B2C) adalah jenis bisnis yang dilakukan antara pelaku bisnis dengan konsumen seperti halnya antara perusahaan yang menjual dan menawarkan produknya ke konsumen secara tradisional.
 - Customer to Customer* (C2C) merupakan jenis *e-commerce* yang meliputi semua transaksi elektronik barang atau jasa antar konsumen.
 - Consumer to Business* (B2C) merupakan suatu model bisnis dimana perorangan dapat menawarkan berbagai produk atau jasa kepada perusahaan tertentu dimana nantinya

perusahaan membeli atau membayar barang atau jasa tersebut.

- Business to Administration* (B2A) adalah jenis *e-commerce* yang mencakup semua transaksi yang dilakukan secara daring antara perusahaan dan administrasi publik.
- Consumer to Administration* (C2A) meliputi semua transaksi elektronik yang dilakukan antara individu dan administrasi publik.
- Online to Offline* (O2O) adalah jenis *e-commerce* yang menarik pelanggan dari saluran online untuk toko fisik.

2.2. Teori Pendukung

- Pengertian Sistem
 Sistem bisa diartikan sebagai “suatu kumpulan dari komponen-komponen yang membentuk satu kesatuan”.[2]
- Karakteristik Sistem
 Model umum pada sistem memiliki *input*, proses, dan *output*. Adapun yang dimaksud karakteristik sebagai berikut adalah:
 - Komponen sistem
 Sebuah sistem memiliki beberapa komponen yang saling, bekerja sama berinteraksi untuk membentuk satu kesatuan.
 - Batasan Sistem (*Boundary*)
 Batasan sebuah sistem ini dapat dilihat sebagai sebuah kesatuan yang tak dapat dibagi-bagi.
 - Lingkungan Luar Sistem (*Environment*)
 Bentuk apapun yang ada di luar cakupan atau batasan sistem yang dipengaruhi operasi sistem tersebut pada lingkungan luar sistem.
 - Sistem Penghubung (*interface*)
 Media yang menghubungkan beberapa sistem yang lain disebut untuk menghubungkan sistem atau *interface*. hubungan ini mungkin dapat sumber-sumber daya mengalirkan dari satu sistem pada sistem lain.
 - Masukan Sistem (*input*)
 Energi yang masuk kedalam sistem disebut masukan sistem, yang dapat berupa memelihara (*input maintenance*) dan sinyal (*input signal*).
 - Keluaran sistem (*output*)
 Informasi-informasi yang dapat dengan mudah diperoleh, dimengerti dan dimanfaatkan oleh masyarakat.
 - Sasaran Sistem (*objective*)
 Sebuah sistem mempunyai tujuan dan target yang pasti dan bersifat *deterministic*. jika sebuah sistem tidak mempunyai target, operasi sistem maka tak akan ada gunanya. Sebuah sistem akan sukses bila terkena target atau maksud yang telah di buat.
 - Pengolah Sistem (*Process*)

Suatu kegiatan dimana kita mengolah seluruh data yang ada untuk menghasilkan suatu informasi.

c. Konsep Dasar Informasi

“Informasi ialah data yang dibuat menjadi rupa yang lebih bermanfaat dan lebih makna bagi penerimanya”. [3]

Kualitas dari informasi tergantung pada tiga hal, antara lain :

- a. Akurat (*accurate*) Informasi wajib bebas dari salah dan tidak membingungkan. Ketidakakuratan dapat terjadi karena sumber informasi (data) mengalami gangguan atau kesenjangan sehingga merusak atau merubah data-data asli tersebut.
- b. Tepat Waktu (*Timeliness*) Informasi yang dihasilkan atau dibutuhkan jangan terlalu lambat, informasi yang lambat tidak memiliki nilai yang baik, tetapi jika informasi itu dipakai untuk dasar dalam mengambil keputusan akan berakibat fatal maupun terjadi kesalahan pada kesimpulan dan tindakan.
- c. Relevan (*Relevancy*) Informasi akan relevan jika memberikan manfaat bagi pemakainya dan setara kebutuhan, serta berkaitan langsung dengan masalah yang ada.

d. Konsep Dasar Sistem Informasi

“Sistem Informasi adalah sebuah sistem organisasi yang menghubungkan kebutuhan pengelolaan transaksi harian, memiliki operasi, bersifat manajerial, dan kegiatan strategi dari sebuah organisasi dan memiliki luar pihak terbatas dengan hasil-hasil yang dibutuhkan”. [3]

Sistem informasi terdiri dari komponen-komponen yang disebut dengan istilah blok bangunan yaitu:

1. Blok *input*, *input* mewakili data yang masuk ke dalam sistem informasi. Input disini termasuk cara-cara dan teknologi yang digunakan untuk mendapat data yang akan dimasukkan, yang bisa berupa dokumen dasar.
2. Blok *output*, produk dari sistem informasi adalah hasil yang berupa informasi yang bagus dan dokumentasi yang bermanfaat untuk seluruh tingkatan manajemen serta seluruh pemakai sistem.
3. Blok model, blok ini terdiri dari campuran prosedur, pemikiran dan metode perhitungan yang akan pemalsuan data input dan data yang disimpan dibasis data dengan cara yang sudah tertentu untuk menghasilkan keluaran yang sudah diinginkan.

4. Komponen teknologi, Teknologi berguna untuk menerima input, menjalankan model, simpanan dan akses data, membuat dan mengirim keluaran lalu membantu pengendalian diri secara meluas.

Teknologi terdiri dari unsur utama:

- a. Ahli teknik
- b. Perangkat lunak
- c. Perangkat keras

5. Blok basis data, merupakan kumpulan dari data yang saling terikat satu dengan yang lainnya, menyimpan diperangkat keras komputer dan menggunakan perangkat lunak untuk menyamakannya.
6. Blok *control*, banyak yang dapat merusak sistem informasi, misalnya bencana alam, api, temperatur tinggi, air, debu, kecurangan-kecurangan, kejanggalaan sistem itu sendiri, kesalahan-kesalahan ketidak efisienan, sabotase dan sebagainya.

e. Konsep Dasar Analisa Sistem

Analisa sistem bisa diartikan sebagai “teknik pemecahan masalah yang menguraikan bagian-bagian bahan dengan mempelajari seberapa bagus bagian-bagian bahan tersebut berkerja dan terhubung untuk mendapatkan tujuan mereka”. [4] Dapat disimpulkan bahwa analisa sistem adalah suatu proses sistem yang secara umum digunakan sebagai landasan konseptual yang memiliki maksud untuk memperbaiki berbagai fungsi didalam suatu sistem tertentu.

Langkah-langkah dalam analisa sistem adalah sebagai berikut :

a. Analisa pendahuluan

Dalam analisa pendahuluan dilakukan pengumpulan informasi untuk memperoleh gambaran secara menyeluruh mengenai tempat yang akan kita analisa. Untuk ini analis sistem mengambil lembar kerja untuk mengumpulkan informasi yang dikumpulkan dalam analisa pendahuluan.

b. Mengidentifikasi permasalahan dari kebutuhan pemakai

Langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi masalah di sistem lama agar dapat diperbaiki di sistem yang baru. Mengidentifikasi masalah bisa dilakukan untuk mengidentifikasi penyebab masalah yang merupakan sumber dari permasalahan yang harus diperbaiki.

c. Studi kelayakan

Setelah studi pendahuluan dilakukan, langkah berikutnya adalah melakukan studi kelayakan. Manfaat dari studi kelayakan adalah peningkatan pengambilan keputusan manajemen, manfaat peningkatan kepuasan

pelanggan, manfaat dari segi ekonomis dan manfaat-manfaat lainnya.

d. Mengerti sistem yang ada

Setelah diketahui sumber dan tempat permasalahannya, langkah selanjutnya adalah memahami sistem yang ada untuk mendapatkan data dan menganalisis permasalahannya. Memahami sistem yang ada dapat dilakukan dengan melakukan penelitian untuk mendapatkan data pada sistem yang ada.

e. Menganalisis hasil penelitian

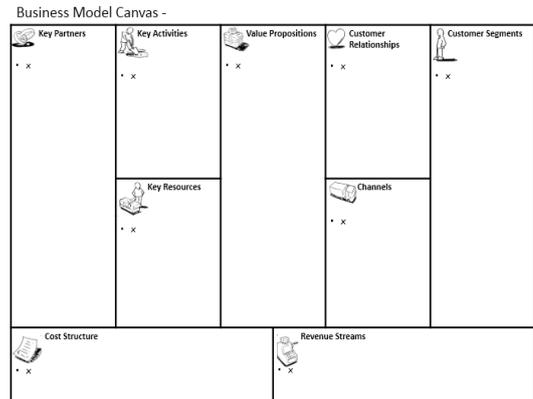
Setelah penelitian dilakukan dan hasil penelitian dikumpulkan langkah selanjutnya adalah menganalisis hasil penelitian tersebut. Menganalisis penelitian terdiri dari menganalisis kekurangan sistem yang lama dan menganalisis kebutuhan informasi pemakai. Menganalisis kelemahan sistem yang lama dimaksudkan untuk menemukan penyebab sebenarnya permasalahan-permasalahan yang terjadi yang menyebabkan sistem yang lama tidak berfungsi dengan baik. Menganalisis kebutuhan informasi pemakai perlu dilakukan untuk menciptakan informasi yang relevan.

2.3. Teknologi Yang Digunakan Untuk Membuat Karya Ilmiah

“PHP (*PHP Hypertext Preprocessor*) adalah suatu bahasa pemrograman yang dipakai untuk menerjemahkan baris kode program menjadi kode mesin yang dapat dimengerti oleh komputer yang berbasis *server-side* yang dapat ditambah kedalam HTML”. [5]

2.4. Teori Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas pertama kali diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder dalam bukunya *Business Model Generation*. Dan dalam buku *Business Model Generation* ini, Alexander Osterwalder menjelaskan sebuah *framework* sederhana dalam mempresentasikan elemen-elemen penting yang terdapat dalam sebuah model bisnis secara sederhana dan bisa di mengerti. Intinya bahwa model bisnis itu memiliki 9 elemen yang disebut sebagai 9 *building blocks*. *Business Model Canvas* adalah model gambaran logis bagaimana organisasi menciptakan menghantarkan dan menangkap (Osterwalder & Pigneur, 2010).

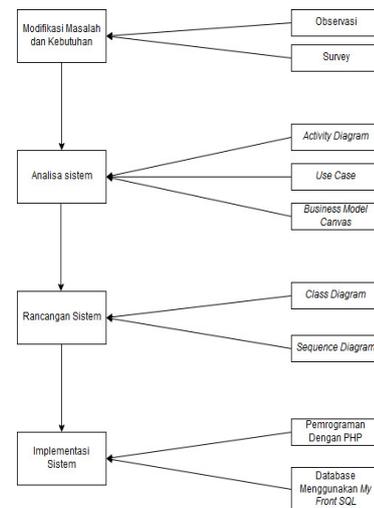


Gambar 1. Frame Business Model Canvas

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Kerangka Pemikiran

Untuk membantu menyusun penelitian ini, perlu adanya kerangka kerja (*Framework*) yang jelas. Kerangka kerja penelitian yang digunakan terlihat pada gambar 2



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Tahap dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Studi Literatur

Pada tahap ini dilakukan pencarian landasan-landasan teori yang diperoleh dari berbagai buku, jurnal, dan publikasi ilmiah untuk menunjang dalam mendapat data untuk melengkapi dalam pembuatan laporan yang terhubung dengan permasalahan yang akan lakukan.

2. Pengumpulan Data

Pada tahap ini melakukan proses pada pengumpulan metode observasi dan wawancara terhadap proses yang sedang

berjalan untuk penjualan di Synergie Motor dapat memperoleh data dan informasi yang diinginkan oleh penelitian.

3. Analisa Sistem

Pada tahap ini dibuat indentifikasi masalah pada sistem yang sedang dilakukan dengan menggunakan *Use case*, *Activity diagram*, *Business Model Canvas* dan *Sequence Diagram* sehingga diharapkan dapat ditemukan permasalahan dan kendala-kendala yang terjadi pada proses penjualan Synergie Motor untuk dapat dirumuskan solusi.

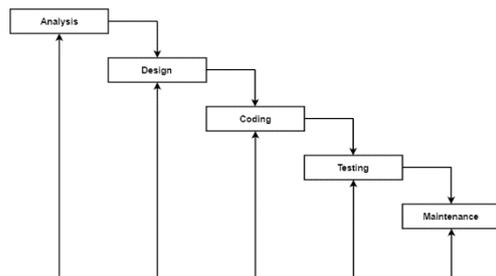
4. Pengembangan Sistem

Pada tahap ini dilakukan pengembangan sistem dengan menggunakan model *waterfall*.

5. Pembuatan Laporan

Pada tahap ini dilakukan pembuatan laporan yang disusun berdasarkan hasil penelitian sehingga dapat memberikan gambaran secara utuh tentang sistem yang sedang dibangun.

3.2. Metode Pengembangan Sistem



Gambar 3. Metode WaterFall

- 1) Analisis (*Analysis*)

Analisis adalah tahap menganalisa hal-hal yang diperlukan dalam pelaksanaan proyek pembuatan atau pengembangan *software*.
- 2) Design

Design adalah tahap penerjemah dari keperluan-keperluan yang dianalisis dalam bentuk yang lebih mudah dimengerti oleh pengguna.
- 3) Coding

Coding adalah tahap penterjemahan data atau pemecahan masalah *software* yang telah dirancang dalam bahasa pemrograman.
- 4) Testing

Testing adalah tahap pengujian terhadap program yang telah dibuat.
- 5) Maintenance

Maintenance adalah suatu kombinasi dari berbagai tindakan yang dilakukan untuk menjaga suatu barang atau memperbaikinya sampai suatu kondisi yang bisa diterima.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Dalam penelitian ini, wawancara yang dilakukan ialah wawancara semi terstruktur. Pada wawancara semi terstruktur peneliti hanya menyiapkan beberapa pertanyaan untuk memandu jalannya proses tanya jawab wawancara. Pertanyaan itu sendiri di tanyakan kepada Buldani selaku pemilik toko dan bagian penjualan pada perusahaan tersebut.

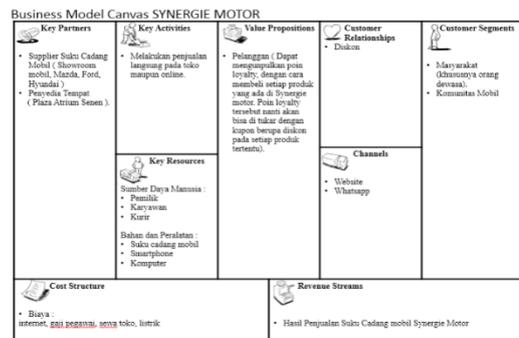
b. Observasi

Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang efektif untuk mempelajari sistem, dengan cara mengamati langsung objek penelitian. Lokasinya di toko Synergie Motor.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisa Sistem

Penulis akan langsung menggunakan metode *Canvas* Bisnis Model untuk mempermudah membangun bisnis dari awal. *Canvas* Bisnis Model sendiri terdiri 9 blok yang masing-masing blok saling berhubungan satu sama lain. Blok-blok tersebut diantaranya adalah *Customer Segment*, *Customer Relationship*, *Customer Channel*, *Revenue Structure*, *Value Proposition*, *Key Activities*, *Key Resource*, *Cost Structure*, dan *Key Partners*. Di bawah ini adalah isi dari *Canvas* Bisnis Model untuk Toko SYNERGIE MOTOR yang akan dibangun.



Gambar 4. Business Model Canvas Synergie Motor

1) CUSTOMER SEGMENTS

Customer Segments pada Toko SYNERGIE MOTOR sebagai berikut:

Tabel 1. Customer Segments

Customer Segments	
Prioritas 1	Orang Dewasa
Prioritas 2	Komunitas mobil.

2) VALUE PROPOSITION

Toko SYNERGIE MOTOR adalah sebuah toko yang bergerak dibidang *automotif*. Pelanggan dapat mengumpulkan poin loyalty, dengan cara membeli setiap produk yang ada di synergie motor. Poin loyalty tersebut dapat di tukar dengan kupon berupa diskon pada setiap produk tertentu.

3) CUSTOMER RELATIONSHIP

Customer relationship toko SYNERGIE MOTOR adalah sebagai berikut :

- a) *Whatsapp* : Synergie motor melakukan promosi produk melalui *whatsapp* dengan memberikan informasi harga jual produk dan kualitas produk yang ada di synergie motor. Sebagai acuan penjual dalam menjalin hubungan terhadap pelanggan.
- b) *Website* : Synergie motor menyediakan *website* sebagai media transaksi dalam menjual produk produknya.

4) CHANNEL

Channel toko SYNERGIE MOTOR sebagai berikut

- a) Showroom mobil yang menjual suku cadang mobil .
- b) Menggunakan media sosial *whatsapp* sebagai bahan promosi produk dan notifikasi pelanggan terhadap penjual dalam menjalankan transaksi pembelian maupun pemesanan.

5) REVENUE STREAM

Revenue Stream dari toko SYNERGIE MOTOR yaitu *asset sale* dimana pemasukan di dapat dari penjualan suku cadang mobil yang di lakukan di toko SYNERGIE MOTOR.

6) KEY RESOURCES

Key Resources pada toko SYNERGIE MOTOR sebagai berikut

- a) Sumber daya manusia : Pemilik Toko, Karyawan, Kurir
- b) Bahan dan peralatan : Suku cadang mobil, *Smartphone*, Komputer.

7) KEY ACTIVITY

Key Activities toko SYNERGIE MOTOR adalah melakukan penjualan langsung pada toko maupun *online*.

8) KEY PARTNERS

Key Partners SYNERGIE MOTOR adalah *Supplier* untuk mensuplai suku cadang mobil (*showroom* mobil, *Mazda*, *Ford*, *Hyundai*). Dan penyedia tempat dimana toko synergie motor bertempat yaitu di Plaza Atrium Senen Jakarta pusat.

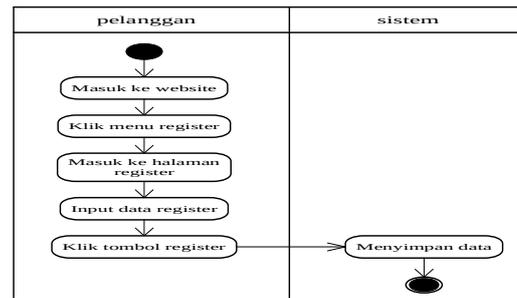
9) COST STRUCTURE

Cost Structure pada Synergie Motor yaitu meliputi biaya, internet, gaji pegawai, sewa toko, dan listrik.

4.2. Perancangan Sistem

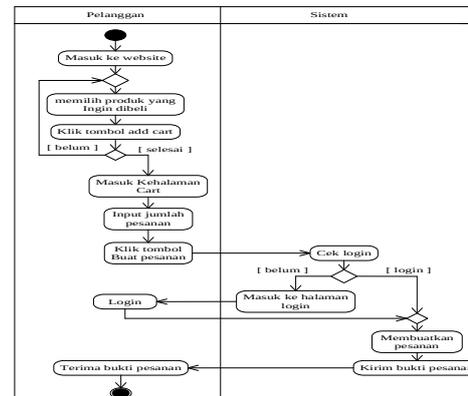
a. Proses Bisnis Usulan

1. Pendaftaran Pelanggan



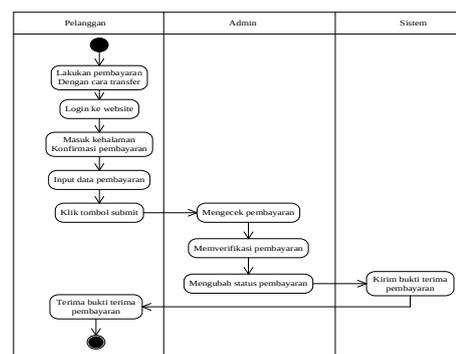
Proses pada gambar 5 menggambarkan *activity diagram* pendaftaran pelanggan baru.

2. Pemesanan Produk



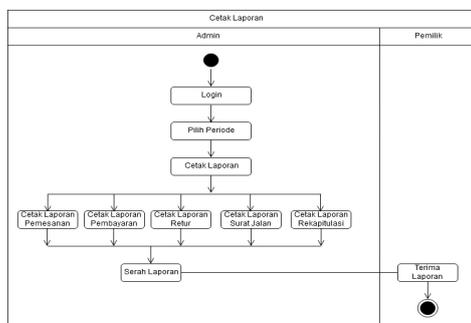
Proses pada gambar 6 menggambarkan *activity diagram* pada saat pelanggan melakukan pemesanan produk.

3. Konfirmasi Pembayaran



Proses pada gambar 7 menggambarkan *activity diagram* pada saat pelanggan melakukan proses konfirmasi pembayaran.

4. Laporan



Gambar 8. Activity Diagram Laporan

Proses pada gambar 8 menggambarkan *activity diagram* pada saat admin melakukan cetak laporan bulanan.

b. Aturan Bisnis

1. Proyek pembayaran paling lama 1x24 jam atau 1 hari, apabila pelanggan tidak membayar pada waktu yang telah ditentukan maka toko SYNERGIE MOTOR membatalkan pesanan.
2. Apabila pemesanan produk di kota yang salah toko SYNERGIE MOTOR akan membatalkan pemesanan, pemesanan dibatasi sebelum pukul 16:00, namun apabila pemesanan sesudah pukul 16:00 maka produk akan di kirim di hari ke esokan harinya.
3. Toko SYNERGIE MOTOR tidak menerima *refund* tetapi menerima retur produk.

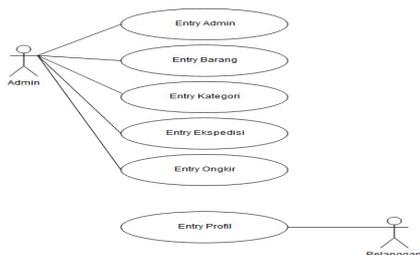
c. Use Case Diagram

1. Package Diagram



Pada gambar 9 menggambarkan tampilan menu utama pada website.

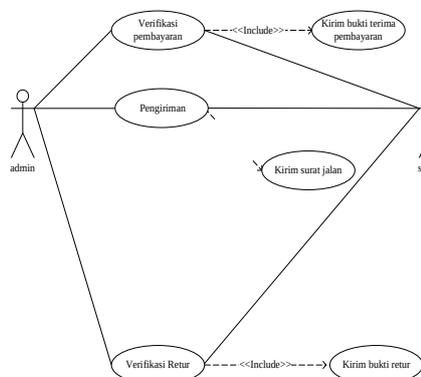
2. Use Case Diagram Master



Gambar 10. Use Case Diagram Master

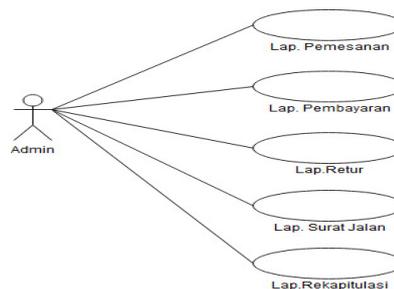
Pada gambar 10 menggambarkan tampilan menu pada master dari sisi admin dan pelanggan.

3. Use Case Diagram Transaksi



Pada gambar 11 menggambarkan tampilan menu pada transaksi dari sisi admin dan sistem.

4. Use Case Diagram Laporan

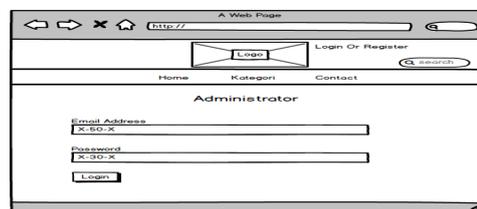


Gambar 12. Use Case Diagram Laporan

Pada gambar 12 menggambarkan tampilan menu pada laporan dari sisi admin.

d. Rancangan Layar

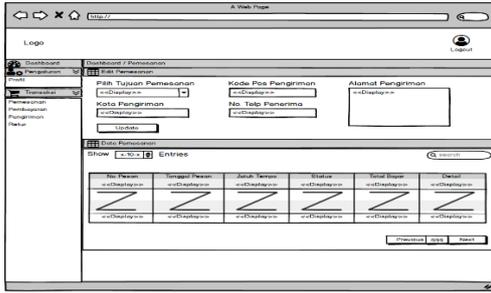
1. Rancangan Layar Admin



Gambar 13. Rancangan Layar Admin

Pada gambar 13 merupakan rancangan layar login pada admin

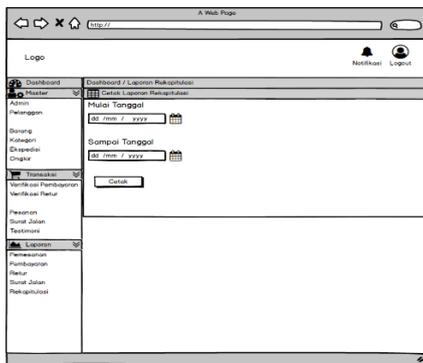
2. Rancangan layar Pemesanan Pelanggan



Gambar 14. Rancangan Layar Pemesanan

Pada gambar 14 merupakan rancangan layar pemesanan pada pelanggan.

3. Rancangan Layar Laporan

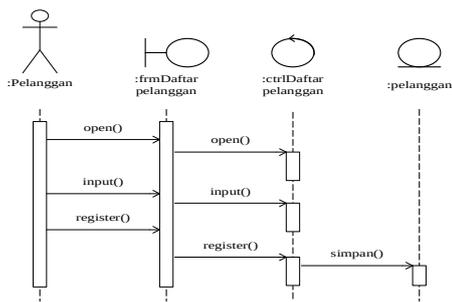


Gambar 15. Rancangan Layar Laporan Rekapitulasi

Pada gambar 15 merupakan rancangan layar laporan rekapitulasi barang terlaris pada admin.

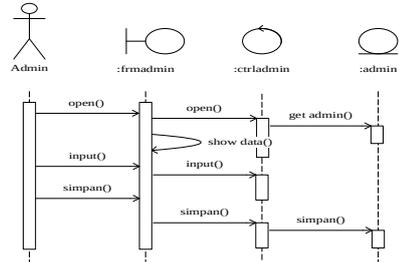
e. Sequence Diagram

1. Sequence Diagram Register Pelanggan



Pada gambar 16 merupakan alur program pada halaman registrasi pelanggan.

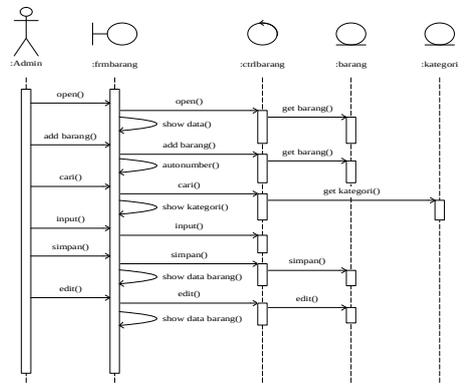
2. Sequence Diagram Admin



Gambar 17. Sequence Diagram Admin

Pada gambar 17 merupakan alur program pada halaman admin

3. Sequence Diagram Barang



Pada gambar 18 merupakan alur program pada halaman barang.

5. KESIMPULAN

Dibuatkannya suatu media promosi produk terbaru kepada pelanggan dan penampungan informasi tentang perusahaan agar dapat meningkatkan penjualan produk.

Mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan tanpa harus datang ke toko.

Membuat sistem konfirmasi pembayaran agar bagian penjualan dan pemilik dapat mengetahui pelanggan mana saja yang sudah melakukan pembayaran.

Membuat sistem dalam membuat laporan transaksi secara online sehingga pemilik toko dapat mengetahui semua laporan transaksi setiap bulannya.

Membuat sistem dalam laporan rekapitulasi barang terlaris, sehingga pemilik toko dapat mengetahui semua laporan barang mana saja yang paling banyak terjual.

Sekiranya penggunaan teknologi penjualan secara online lebih diterapkan dan ditingkatkan yang mana akan bermanfaat dalam pengolahan data sehingga dapat berjalan lebih efektif dan efisien.

Mempersiapkan dukungan *hardware* dan *software* yang sesuai spesifikasinya sehingga dapat mendukung sistem ini dengan baik.

Memberikna pelatihan dan informasi yang dibutuhkan kepada pengguna agar dapat digunakan dengan baik dan sesuai.

Melakukan *back-up* data untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan.

Melakukan pemeliharaan secara berkala terhadap perangkat lunak dan perangkat keras yang dilakukan oleh personil yang ahli untuk mencegah hal-hal yang tidak diinginkan.

6. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rintho Rante Rerung. *E-Commerce* Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- [2] Jaluento Sunu Punjul Tyoso. *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- [3] Hutahaeen, Jeperson. *Konsep Sistem Informasi*, 2015.
- [4] Muhamad Muslihudin, Oktafianto. *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Menggunakan Model Terstruktur dan UML*. Perpustakaan Nasional: Andi, 2016.
- [5] Supono, putratama. *Pemrograman Web dengan Menggunakan PHP dan Framework Codeigniter*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.