

IMPLEMENTASI PENJUALAN BERBASIS *E-COMMERCE* PADA TOKO PICKO

Zaenul Hamzah¹⁾, Ady Widjaja²⁾

Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260
E-mail: 1412503169@student.budiluhur.ac.id¹⁾, ady.widjaja@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

Toko PICKO merupakan sebuah toko pakaian dengan dengan bertemakan busana muslim. Toko PICKO ini berlokasi di Blok F lantai dasar los AKS no.154 pasar regional Tanah Abang Jakarta Pusat, penulis mengimplementasikan mengenai sistem penjualan. Dimana sistem yang sedang berjalan pada Toko PICKO masih belum terkomputerisasi seperti melakukan penjualan, pemesanan, pembayaran, dan pembuatan laporan. Kejadian hal tersebut berdampak seperti stok lama pada toko PICKO tidak terjual, kurangnya media sosial atau promosi untuk memasarkan produk lama yang tidak terjual, dikarenakan tidak adanya sistem pembayaran secara online. Mengkhawatirkan pemasukan dari toko PICKO semakin lama semakin menurun dikarenakan hal tersebut. Dengan permasalahan ini, dibutuhkan sistem berbasis online agar dapat lebih mudah mempromosikan stok barang lama yang akan digantikan dengan stok barang yang baru setiap bulannya secara up-to-date, sehingga meminimalisir terjadi sebuah kesalahan informasi dan memudahkan berjalannya aktivitas transaksi dan laporan. Dengan sistem berbasis online dan terkomputerisasi membantu proses selama bertransaksi di toko PICKO dengan aman dan akurat, sehingga memudahkan memasarkan produk-produk yang akan dijual ke konsumen dan dapat membantu toko PICKO dalam mengatasi masalah-masalah yang sering terjadi.

Kata kunci: implementasi penjualan, *e-commerce*, penjualan

1. PENDAHULUAN

E-Commerce (Elektronik Commerce) teknologi yang semakin hari berkembang dengan pesat, para pengguna teknologi tersebut berperan penting bermacam bidang yang mendukung dalam kehidupan sehari-hari. seperti dunia bisnis. E-Commerce dapat didefinisikan arena terjadinya transaksi atau pertukaran informasi antara penjual didunia maya“. [1]

Toko PICKO adalah salah satu bisnis yang bergerak dibidang busana muslim. Biasanya pembisnis memproduksi produk hasil sendiri dan berkembangnya cara berpakaian, peminat semakin meningkat. Pada umumnya usaha dengan konsep penjualan baju muslim mengutamakan kebutuhan untuk anak-anak muda, hingga dewasa. Toko PICKO merupakan sebuah Toko yang bertemakan Pakaian muslim yang di produksi dan di design oleh pemilik sendiri. Toko PICKO ini berlokasi di Blok F lantai Dasar Los AKS No.154 Pasar Regional Tanah Abang Jakarta Pusat.

Analisa sistem adalah penguraian suatu sistem informasi yang utuh kedalam bagian komponen yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan yang terjadi dan menentukan kebutuhan sehingga dapat diusulkan perbaikannya. [2].

Permasalahan yang di hadapi dalam proses penjualan produk pakaian khususnya untuk penjualan ritel (satuan) pada pelanggan Toko PICKO yaitu; Stok lama yang dimiliki oleh Toko PICKO tidak terjual, sehingga pihak Toko tersendiri mengalami kesulitan untuk memasarkan stok lama, pihak Toko PICKO belum mempunyai sarana pemasaran yang lebih baik karena masih

menggunakan cara konvensional serta kebutuhan akan informasi produk sulit dicari, kurang optimalnya dalam melakukan pemesanan karena pelanggan hanya dapat melakukan pemesanan dengan langsung datang ke toko, serta pelanggan tidak dapat mengetahui stok barang yang tidak tersedia secara up-to-date (terbaru), dan diperlukan adanya alat transaksi pembayaran global yang menjamin keamanan dan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Penelitian ini bertujuan dengan adanya *e-commerce* ini, stok lama yang tidak terjual oleh Toko PICKO dapat ditampilkan informasinya kepada pelanggan pada bagian Halaman Depan, sehingga pelanggan dapat melihat dan tertarik membaca promosi yang disajikan oleh Toko PICKO melalui *e-commerce*, mempermudah pemilik dalam mempromosikan Toko PICKO secara online serta memasarkan produk terbaru, mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan secara online dan mempermudah informasi tentang stok barang, membuat sistem pembayaran yang terjamin keamanannya dari segi dua belah pihak dan membuat sistem dalam laporan pencatatan akuntansi secara online agar pemilik dapat mengetahui laporan setiap bulannya.

Penelitian terdahulu yang berjudul “Implementasi E-Commerce Toko Prayoga Sport Berbasis *Content Management System (CMS)* Joomla Modules VirtualMart”. Menjelaskan bahwa toko-toko konvensional belum banyak melangkah untuk mengembangkan bisnis melalui media lain, termasuk internet. Prayoga Sport yang terletak di daerah Cikupa, Kecamatan Tangerang adalah salah satu toko yang menjual berbagai jenis sepatu dengan

mengandalkan pembeli yang langsung ke toko. Permasalahan yang terjadi adalah, toko Prayoga Sport kurang dikenal karena media promosi dan penjualan yang dipakai masih bersifat konvensional. Untuk itulah peneliti melakukan pengkajian kebutuhan bisnis pada Toko Prayoga Sport dan menerapkan sistem E-Commerce CMS Joomla modules VirtueMart yang sesuai untuk diterapkan. Tujuannya untuk memasarkan dan melakukan transaksi secara online. Manfaat yang didapat dari penerapan sistem E-Commerce CMS Joomla modules VirtueMart bagi konsumen adalah konsumen tidak perlu bertatap muka langsung dengan penjual sehingga proses transaksi akan lebih efisien. Bagi penjual, selain memudahkan transaksi jual beli *E-Commerce* juga bermanfaat sebagai media promosi. [6]

Penelitian dengan judul “Sistem Penjualan Berbasis *E-Commerce* Menggunakan Metode *Object Oriented* Pada Distro Dlapak *Street Wear*”, Pada penelitian ini penulis menggunakan metode objek oriented pada distro Dlapak *Street Wear*, sedangkan penelitian penembangan system yang dilakukan merupakan jenis penelitian terapan atau *Applied Research* dan pengujian dilakukan dengan metode ISO9126. [7].

2. METODE PENELITIAN

2.1. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini untuk pengumpulan data digunakan metode yaitu:

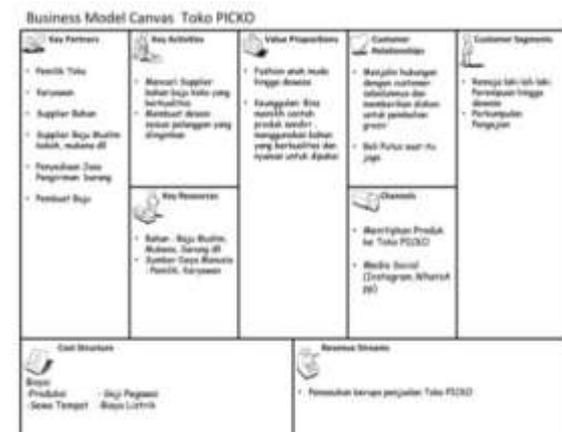
- a. Wawancara
Untuk memperoleh informasi mengenai proses secara keseluruhan dilakukan wawancara langsung dengan pemilih Distro
- b. Observasi
Dalam memperoleh data-data yang dibutuhkan juga dilakukan observasi atau pengamatan secara langsung dlokasi penelitian
- c. Dokumentasi
Pengumpulan data-data dilakukan secara menyeluruh dokumen-dokumen yang dibutuhkan terkait penelitian
- d. Studi Kepustakaan
Untuk memperoleh data yang dibutuhkan berbagai sumber digunakan antara lain buku-buku, jurnal-jurnal, prosiding dan sumber lain yang berkaitan dengan penelitian.

2.2. Business Model Canvas

Penulis akan langsung menggunakan metode Canvas Bisnis Model untuk mempermudah membangun bisnis dari awal. Canvas Bisnis Model sendiri terdiri 9 blok yang masin-masing blok saling berhubungan satu sama lain. Dibawah ini adalah isi dari Canvas Bisnis Model untuk Toko PICKO yang akan dibangun.

Metode Penelitian menggunakan metode Canvas Bisnis Model untuk mempermudah membangun bisnis dari awal, Pada gambar 1 terlihat

penggambaran 9 blok model bisnis canvas Toko Picko:



Gambar 1. Business Model Canvas

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Business Model Canvas

Business Model Canvas adalah suatu 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, memvisualisasikan, memulai, dan mengubah suatu model bisnis, agar mampu menghasilkan kinerja yang lebih optimal. [8]

a. *Key Partnership*

Supaya bisnis dapat berjalan dengan baik, Toko PICKO melakukan kerjasama dengan beberapa pihak seperti pihak bahan dan pihak pembuatan baju (penjahit).

b. *Key Activities*

Kegiatan utama yang dilakukan oleh toko PICKO yaitu mencari supplier bahan baju dengan bahan berkualitas, mencari supplier kain katun dan kain berkualitas dimana kain katun digunakan untuk membuat baju koko dan akan dibuatkan dengan bantuan penjahit yang kemudian nantinya akan dijual kepada pelanggan.

c. *Value Proposition*

Kelebihan yang diberikan toko PICKO yaitu semua produk yang dijual menggunakan bahan yang berkualitas, lembut sehingga nyaman dipakai. Dalam hal ini pelanggan tidak perlu ragu dalam memilih baju kokoh, mukena, karena dengan bahan yang lembut dan sangat nyaman untuk dipakai dalam menjalani kegiatan sehari hari.

d. *Customer Relationship*

Cara toko PICKO mempertahankan pelanggan untuk tetap membeli produk yaitu dengan cara memberikan informasi-informasi mengenai promo-promo yang sedang berlangsung melalui instagram, WhatsApp dan website. Serta toko PICKO memberikan diskon terhadap pelanggan yang sering melakukan pembelian ditoko PICKO sehingga diharapkan pelanggan akan terus membeli produk di toko PICKO tersebut. Setiap Pembelian ditoko PICKO putus saat itu juga.

e. *Customer Segment*

Sasaran untuk menjadikan pelanggan pada toko PICKO yaitu laki-laki dan perempuan hingga dewasa karena produk yang dibuat oleh toko PICKO ditunjukan untuk remaja hingga dewasa, mahasiswa/mahasiswi.

f. *Key Resources*

Supaya bisnis dapat berjalan dengan baik, toko PICKO membutuhkan beberapa sumber daya mulai dari bahan untuk membuat produk seperti baju kokoh, mukena dll yang nantinya bahan ini akan dijual kepada pelanggan. Kemudian terdapat juga sumber daya manusia untuk menjalankan bisnis di toko PICKO yaitu orang yang bertugas sebagai karyawan toko.

g. *Channels*

Setelah mengetahui calon pelanggan yang dituju, toko PICKO kedepannya akan menggunakan instagram sebagai media pemasaran digital yang utama dan website e-commerce sebagai media pemasaran sekaligus penjualan yang baru serta WhatsApp dan Instagram sebagai media komunikasi antara toko PICKO dengan pelanggan dan toko fisik sebagai media penjualan offline untuk pelanggan yang ingin membeli langsung dengan *datang ke toko PICKO sehingga diharapkan pelanggan dapat tertarik dan ingin membeli produk di toko PICKO*

h. *Cost Structure*

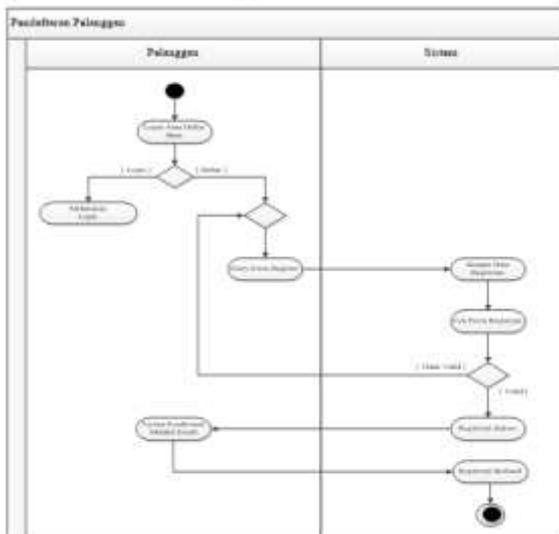
Biaya operasional yang dikeluarkan toko Toko PICKO yaitu gaji karyawan, biaya sewa tempat, biaya produksi, biaya listrik.

i. *Revenue Streams*

Sebagai pelaku usaha, penghasilan dan pendapatan merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha dimana pendapatan ini sangat berpengaruh terhadap bisnis yang sedang dijalankan. Untuk itu toko PICKO telah memikirkan produk apa yang dapat di andalkan sebagai sumber pendapatan yaitu busana muslim dll.

3.2 Proses Bisnis Usulan

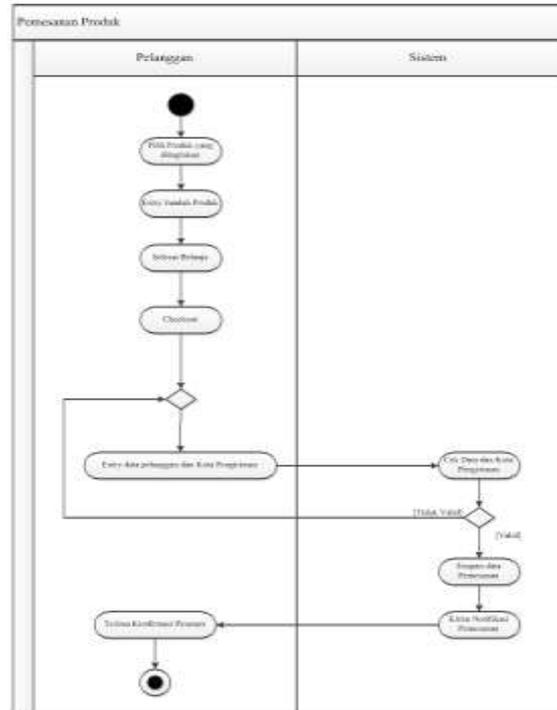
a. Pendaftaran Pelanggan



Gambar 2. Activity Diagram Pendaftaran Pelanggan

Pada gambar 2 menunjukkan *activity diagram* pendaftaran pelanggan

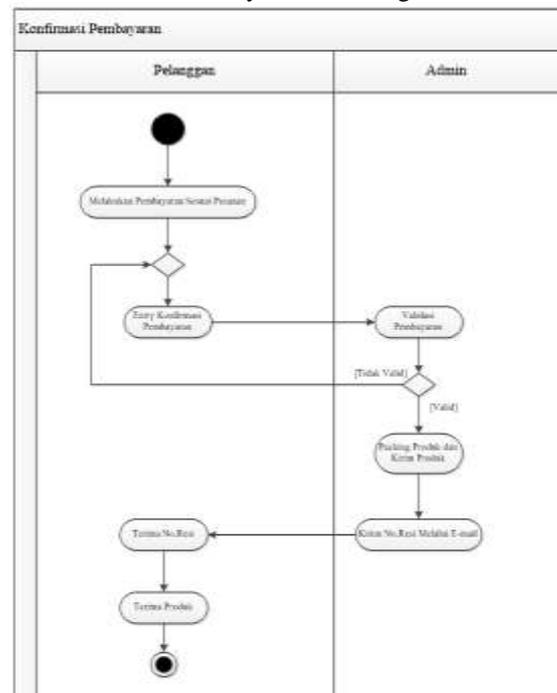
b. Pemesanan Produk



Pada gambar 3. Activity Diagram Pemesanan Produk

Pada gambar 3, menunjukkan gambar *activity diagram* pemesanan produk kepada pelanggan

c. Konfirmasi Pembayaran dan Pengiriman

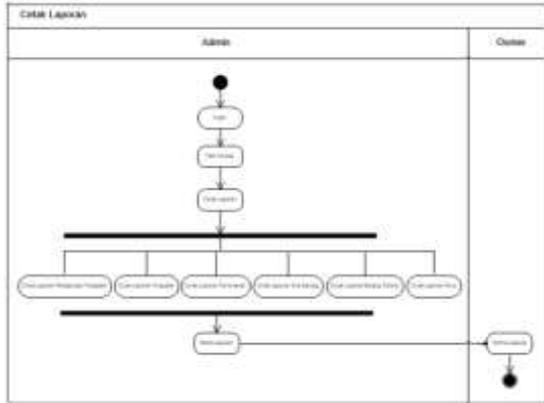


Pada gambar 4. Activity diagram Konfirmasi Pembayaran dan Pengiriman

Berdasarkan pada gambar 4 menunjukkan *activity diagram* konfirmasi pembayaran dan pengiriman

pengiriman terhadap pelanggan yang sudah melakukan transaksi.

d. Laporan



Pada gambar 5. Activity diagram Laporan

Pada gambar 5 menunjukkan *activity diagram* laporan dimana admin dapat mencetak laporan tiap bulannya.

3.3 Use Case Diagram

a. Package Diagram



Gambar 6. Use Case Package Diagram Untuk Admin

Pada gambar 6 menunjukkan gambar menu utama website toko PICKO.

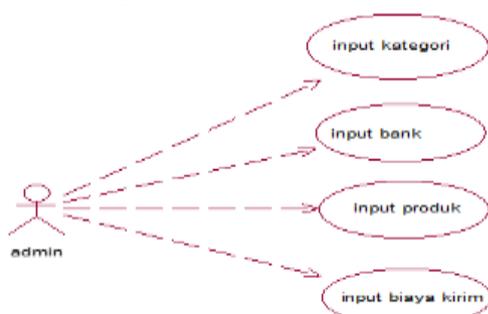
b. Master Untuk Admin



Gambar 7. Use Case Diagram Untuk Admin

Pada gambar 7 menunjukkan gambar menu-menu master pada admin dan pelanggan

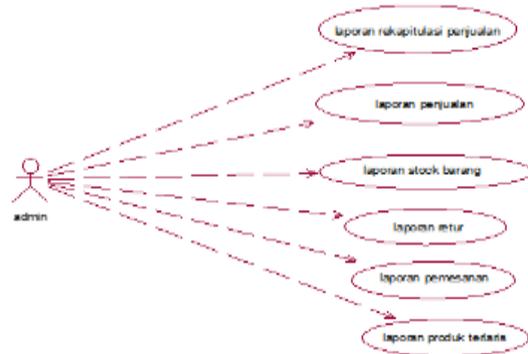
c. Transaksi Untuk Admin



Gambar 8. Use Case Diagram Master Transaksi Admin

Pada gambar 8 menunjukkan menu master admin Transaksi

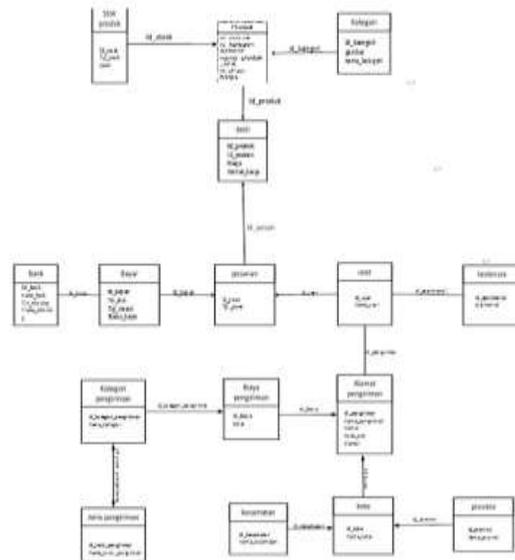
d. Laporan



Gambar 9. Use Case Diagram Laporan

Pada Gambar 9 Menunjukkan gambar *use case diagram* menu laporan untuk admin

3.4 Class Diagram

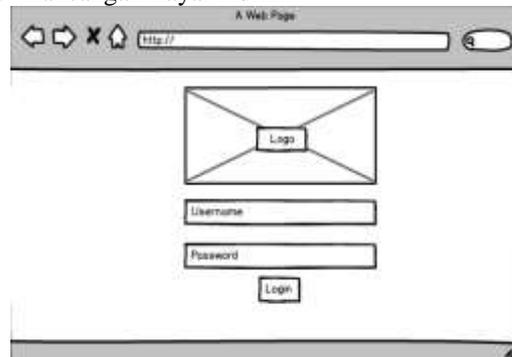


Gambar 10. Class Diagram

Pada gambar 10 Menunjukkan Class-Class Diagram yang diperlukan dalam website toko PICKO

3.5 Rancangan Layar

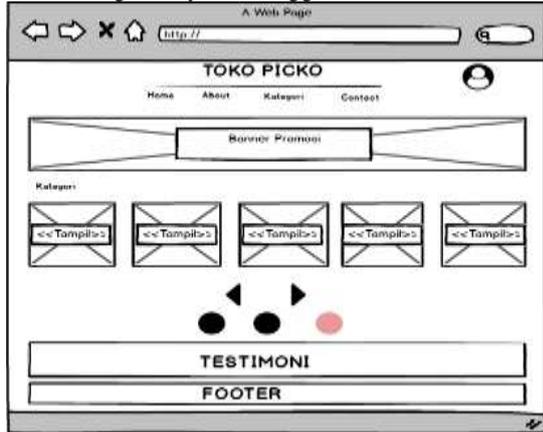
a. Rancangan Layar Admin



Gambar 11. Rancangan Layar Form Login Admin

Pada gambar 11 menunjukkan rancangan layar form login untuk admin

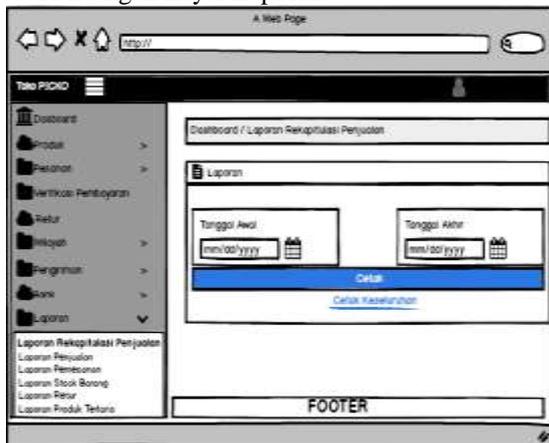
b. Rancangan Layar Pelanggan



Gambar 12. Rancangan Layar Halaman Pelanggan

Pada gambar 12 menunjukkan rancangan layar halaman untuk pelanggan

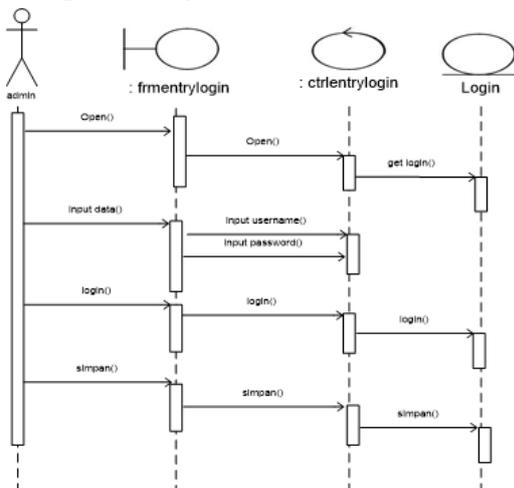
c. Rancangan Layar Laporan



Gambar 12. Rancangan Layar Laporan

Pada Gambar 13 menunjukkan rancangan layar Laporan Admin

3.6 Sequence Diagram



Gambar 12. Sequence Diagram Login

Pada gambar 14 menunjukkan *sequence diagram* login untuk admin

4. KESIMPULAN

Dari hasil analisis dan pembahasan diatas makan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dengan adanya laporan stok barang dapat memudahkan sisa stok barang yang terjual, dengan adanya penerapan sistem ini semua transaksi pemesanan dan pembayaran lebih mudah, dengan adanya laporan rekapitulasi dapat memudahkan produk yang terjual saat hari itu tersebut, dengan adanya laporan barang terlaris penjual dapat lebih mudah mengetahui produk apa yang paling sering terjual dan dengan adanya fitur retur pelanggan dapat lebih mudah mengembalikan produk jika produk tersebut tidak sesuai yang diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rerung, Rintho Rante, “E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi”. Yogyakarta: Depublish, April 2018.
- [2] Mushlihudin, M., and Oktafianto, “Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Menggunakan Model Terstruktur dan UML”. Yogyakarta: Andi, 2016.
- [3] Supono and Putratama, Virdiandry, “Pemrograman Web dengan Menggunakan PHP dan Framework Codeigniter”. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- [4] Komputer, Wahana, “Panduan Praktis Microsoft Visio 2010 Untuk Beragam Desain Diagram” - Ed.I – Yogyakarta: Andi, 2011.
- [5] Solichin, Achmad, “Pemrograman Web dengan PHP dan MySQL”, Jakarta: Budi Luhur, 2016
- [6] Dedi, D., Mustofa, Siti Maisaroh and Suhartono, S., “Implementasi E-Commerce Toko Prayoga Sport Berbasis Content Management System (CMS) Joomla Modules VirtueMart”. *Jurnal Sisfotek Global*, vol.5, no.1, pp.95–100, September 2015.
- [7] Susandi, Diki, and Sukisno, S., “Sistem Informasi Inventaris Berbasis Web di Akademi Kebidanan Bina Husada Serang”. *JSiI (Jurnal Sistem Informasi)*, vo.5, no.2, pp.46-50, September 2018.
- [8] Sitio, Vera Sylvia Saragi, “Strategi Bisnis Model Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Kasus Di Industri Kecil dan Menengah (Ikm) Bis Pletek Bu Lina Di Kelurahan Ciracas, Jakarta Timur)”, *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, vol2, no.1, Januari-Juni 2017.