

PENERAPAN SISTEM PENJUALAN BERBASIS E-COMMERCE PADA TOKO KURNIA COLLECTION

Bipa Muqsit Firdaus¹⁾, Bima Cahya Putra²⁾

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

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi yang disertai perkembangan internet saling mendukung satu sama lain sehingga melahirkan konsep teknologi informasi berbasis *internet* yang perkembangannya semakin luas dan semakin banyak diterapkan dalam bisnis pertokoan di berbagai bidang, maka dari itu banyak orang memanfaatkan *internet* untuk memajukan bisnis dan usahanya tersebut agar lebih dikenal masyarakat luas. Toko Kurnia Collection merupakan toko yang bergerak dibidang penjualan perlengkapan mukena. Toko ini dalam proses penjualannya belum menggunakan teknologi komputer untuk mengelola manajemen toko seperti pemrosesan data, transaksi, operasi bisnis, dalam tahap penjualan masih secara langsung dan pelanggan datang ke toko. Tujuan penulis untuk menerapkan *Content Management System (CMS) WordPress* pada Toko Kurnia Collection ini untuk mempermudah pada saat proses pembelian, pengolahan data barang, pengolahan data transaksi penjualan, dan meminimalisir kesalahan dalam pencatatan laporan. Dalam penjualan produk hanya encakup jangkauan yg kecil karena hanya datang langsung ke toko, dengan adanya internet kita dapat memasarkan produk secara luas tidak hanya di toko, serta mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari sebelumnya.

Kata Kunci : Penjualan Mukena, *E-commerce*, *CMS WordPress*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang disertai perkembangan internet saling mendukung satu sama lain sehingga melahirkan konsep teknologi informasi berbasis *internet* yang perkembangannya semakin luas dan semakin banyak diterapkan dalam bisnis pertokoan di berbagai bidang. Oleh sebab itu banyak orang memanfaatkan *internet* untuk memajukan bisnis dan usahanya tersebut agar lebih dikenal masyarakat luas.

Menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang dan jasa yang ditawarkan^[1]. Toko Kurnia Collection adalah toko yang bergerak dibidang penjualan perlengkapan mukena. Toko ini belum menggunakan teknologi komputer untuk mengelola manajemen toko seperti pemrosesan data, transaksi, operasi bisnis dan belum memanfaatkan teknologi internet.

Permasalahan yang dihadapi Toko Kurnia Collection tersebut adalah dalam tahap pemasaran penjualan masih secara langsung atau belum secara digital dan kurang efisien bagi pelanggan karena harus datang langsung ke toko, mengalami kesulitan dalam pencarian data transaksi serta penjualan produk hanya mencakup jangkauan yang kurang luas.

Berdasarkan hal tersebut diatas maka penulis mencoba untuk merancang sebuah *website* berbasis *E-Commerce* pada Toko Kurnia Collection. Pada dasarnya *E-Commerce* adalah sebuah *website* yang ditunjukkan untuk berjualan dan bertransaksi secara online^[2].

Tujuan penulis untuk membuat *website* berbasis *E-commerce* sebagai media transaksi online adalah

untuk memasarkan produk *kurnia collection* secara digital, memudahkan dalam pencarian data, mempermudah melakukan transaksi produk tanpa harus datang ke toko dan memperluas ruang lingkup penjualan dengan adanya *E-commerce*.

Pada tahun 2016 Fauhyhi Eko Nugroho, melakukan sebuah penelitian dengan judul "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online Studi Kasus Tokoku", menjelaskan Tokoku yang bergerak dibidang penjualan pakaian masih menggunakan sistem penjualan konvensional, dimana transaksi jual beli dilakukan dengan langsung datang ke toko tersebut. Untuk itu peneliti menerapkan sistem *E-Commerce*. Tujuannya untuk meningkatkan penjualan dan konsumen dapat memesan produk dimana dan kapan saja di Tokoku^[3].

Berdasarkan latar belakang yang ada maka penulis mengidentifikasi masalah yang dihadapi dalam proses penjualan produk Kurnia Collection sebagai berikut: (a) Fasilitas untuk memasarkan produk secara digital masih kurang pada Toko Kurnia Collection. (b) Mengalami kesulitan dalam pencarian data transaksi dan pembuatan laporan karena masih manual. (c) Kurangnya efisiensi bagi pelanggan dalam transaksi karena pelanggan harus datang ke toko secara langsung. (d) Dalam penjualan produk hanya mencakup jangkauan yang kurang luas.

Tujuan dari penulisan tugas akhir ini terhadap Toko Kurnia Collection adalah : (a) Membuat *E-commerce* untuk memasarkan produk secara digital atau berbasis *online* pada Toko Kurnia Collection. (b) Memudahkan dalam proses pencarian data. (c) Mempermudah pelanggan melakukan transaksi produk tanpa harus datang ke toko. (d) Memperluas

ruang lingkup penjualan dengan menggunakan *E-commerce*.

Manfaat Penulisan yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut : (a) Mempelancar arus informasi diantara kedua belah pihak yang terlibat. (b) Mempermudah toko tersebut untuk meningkatkan daya saing berbasis *E-commerce* yang berjalan.

Batasan Masalah yang dihadapi oleh pengguna adalah: (a) Sistem ini diterapkan untuk digunakan oleh toko Kurnia *Collection*. (b) Sistem ini dirancang dan dibangun menggunakan *tools Content Management System (CMS)*. (c) Informasi yang disampaikan pada sistem ini meliputi kategori, stok barang, model barang, harga barang, jenis pengiriman, dan jenis pembayaran.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian tentang Penerapan *Content Management System (CMS) Wordpress* untuk membangun sistem penjualan berbasis *E-commerce* pada Toko Kurnia *Collection* merupakan jenis penelitian metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif adalah mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti.

Penelitian yang berdasarkan kualitatif lebih mendapatkan kejelasan yang (*deeper clarity*) karena didukung dengan pertanyaan-pertanyaan 5W + 1H yaitu *what, who, where, how dan only*.

2.2. Identifikasi Masalah

Tahap awal penelitian ini adalah merumuskan yang akan dijadikan sebagai objek penelitian. Perumusan masalah dilakukan dengan terlebih dahulu melihat kondisi yang sebenarnya di lapangan. Setelah perumusan masalah langkah selanjutnya adalah menentukan tujuan dari penelitian. Tujuan penelitian ini merupakan target yang nantinya ingin dicapai dari penyelesaian permasalahan yang diteliti.

2.3. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dilakukan untuk mencari literatur pendukung dalam penelitian ini. Pada tahap ini dijelaskan dengan mempelajari buku-buku ataupun mengunjungi website yang berkaitan dengan rancangan sistem *E-Commerce*, teori-teori untuk pengumpulan data serta *tools* yang digunakan. Serta metode yang digunakan.

2.4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap obyek yang akan diteliti. Lokasi observasi yang dilakukan peneliti adalah di kediaman Ibu Puti Rahma Dahlia di Tangerang Selatan.

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu cara untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan kepada seorang yang memberikan

informasi (narasumber) untuk mendapatkan data yang lengkap. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan teknik wawancara semi terstruktur. Pada wawancara semi terstruktur peneliti menyiapkan beberapa pertanyaan dalam pengumpulan data saat proses tanya jawab dalam wawancara. Pertanyaan itu di tanyakan langsung kepada Ibu Puti Rahma Dahlia selaku pemilik toko tersebut.

c. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi adalah aktivitas atau proses sistematis dalam melakukan pengumpulan, pencarian, dan penyediaan dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau orang lain tentang subjek. Data yang ada tersedia dalam bentuk surat-surat, catatan, laporan, foto dan sebagainya.

d. Literatur

Literatur adalah pengumpulan data dengan cara membaca buku-buku yang ada sebagai penunjang dalam memperoleh data untuk menyusun tugas akhir yang berhubungan dengan topik yang dibahas.

2.5. Metode Analisa Data

Menganalisa data yang sedang berjalan untuk menentukan solusi terhadap masalah yang terjadi. Untuk mempermudah proses penelitian dalam menganalisa masalah, adapun tahapan-tahapan pada analisa sistem antara lain :

1) Use Case Diagram

Digunakan untuk menjelaskan manfaat sistem usulan jika dilihat menurut pandangan orang yang berada diluar sistem atau actor.

2) Activity Diagram

Digunakan untuk mendefinisikan alur kerja atau sebuah proses bisnis yang berjalan maupun usulan dan urutan aktifitas didalam suatu proses.

3) Business Model Canvas

Digunakan untuk menjelaskan secara menyeluruh sebuah proses bisnis yang berjalan.

2.6. Metode Perancangan Sistem

Tahap perancangan sistem adalah tahap menentukan urutan pekerjaan secara rinci berdasarkan analisa sistem yang ada, bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai rancangan program yang dibuat. Tahap-tahap perancangan sistem ini diantara lain:

a. Class Diagram

Membantu dalam memvisualisasikan struktur kelas-kelas yang memperhatikan hubungan antarkelas dan penjelasan detail tiap kelas dalam pemodelan desain (*logical view*) dari suatu sistem.

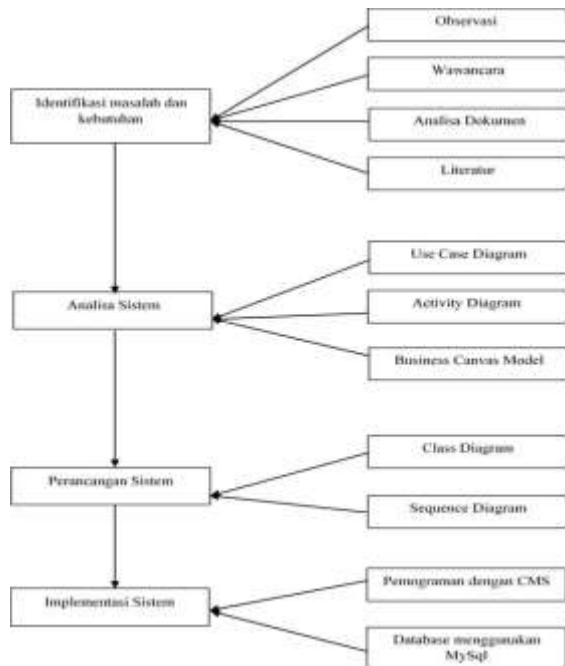
b. Sequence System Diagram

rangkaian sebuah aktivitas untuk mengirimkan pesan antar *object*.

2.7. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu hal yang penting dalam suatu penelitian. Pada gambar 1

merupakan kerangka pemikiran untuk menjelaskan antara variabel yang akan diteliti sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Business Canvas Model (BMC)

BMC (*Business Canvas Model*) adalah suatu model bisnis atau analisa bisnis yang digambarkan dalam bentuk visual^[4]. Pada gambar 2 merupakan *business canvas model* untuk mengetahui analisa bisnis yang ada pada toko kurnia collection.



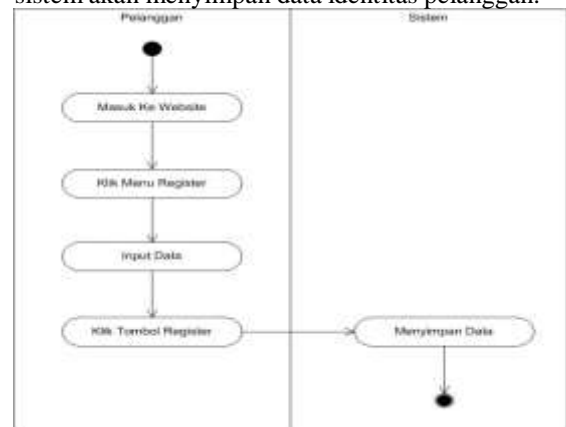
Gambar 2. Business Canvas Model

- Key Partnership**
Berisi tentang pihak-pihak yang bisa diajak kerjasama pada bisnis kurnia collection, yaitu dengan menjalin hubungan dengan pihak yang bersangkutan seperti supplier dan desainer.
- Key Activities**
Berisi tentang semua aktivitas yang berhubungan dengan sebuah produk, di mana kegiatan utamanya adalah menghasilkan proposisi nilai.
- Key Resources**

- Value Propositions**
Berisi tentang keunggulan produk, apa saja poin-poin dapat mendatangkan keuntungan yang ditawarkan toko bagi pelanggan.
- Customer Relationships**
Merupakan di mana bisnis kurnia collection menjalin ikatan dengan pelanggannya agar tidak berpaling ke bisnis yang lain.
- Customer Segments**
Berisi tentang penggolongan orang-orang yang mungkin tertarik dengan keunggulan produk bisnis kita.
- Channels**
Berisi tentang bagaimana cara anda untuk menjangkau pelanggan.
- Cost Structure**
Berisi tentang rincian biaya biaya yang harus dikeluarkan oleh toko.
- Revenue Stream**
Berisi tentang toko kurnia collection memperoleh pendapatan dari pelanggan.

3.2. Proses Bisnis Usulan

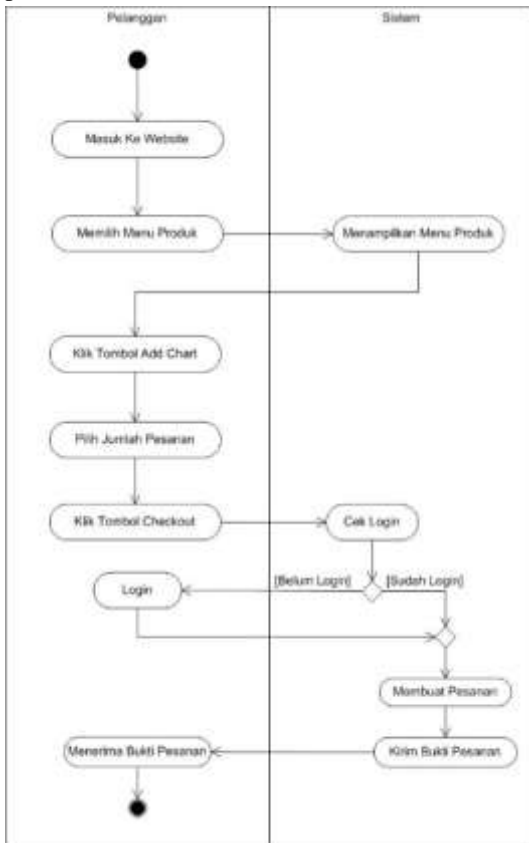
- Proses Bisnis Usulan Pendaftaran**
Pada gambar 3 merupakan *activity diagram* usulan pendaftaran dengan proses Pelanggan membuka website toko kurnia collection, lalu memilih menu register untuk melakukan penginputan data identitas pelanggan yang dibutuhkan. Lalu pelanggan pilih register dan sistem akan menyimpan data identitas pelanggan.



Gambar 3. Activity Diagram Usulan Pendaftaran

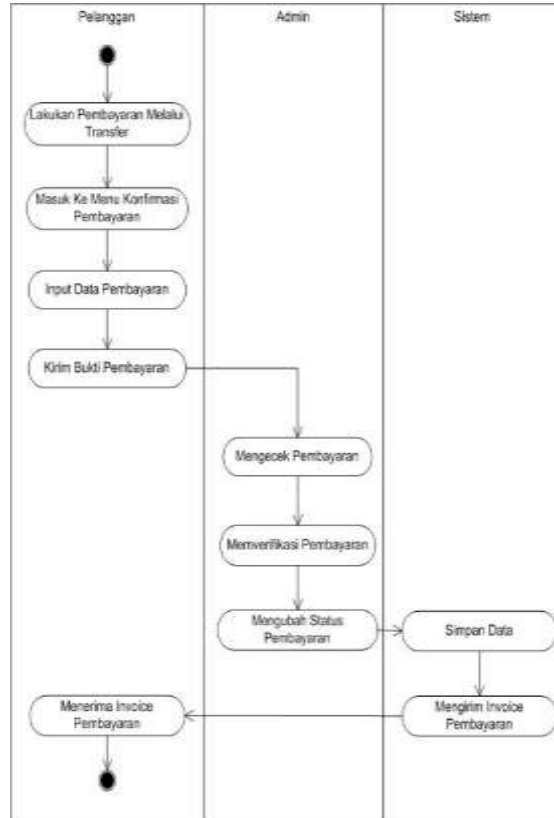
- Proses Bisnis Usulan Pemesanan**
Pada gambar 4 merupakan *activity diagram* usulan pemesanan dengan proses pelanggan masuk ke website toko kurnia collection, lalu pilih menu produk maka sistem akan menampilkan data produk yang ada. Untuk melakukan pemesanan pelanggan dapat pilih tombol cart untuk memesan produk dan memilih jumlah produk yang ingin dipesan pilih tombol checkout. Jika sudah login sistem akan membuat pesanan dan mengirim bukti pesanan ke

pelanggan. Jika belum login pelanggan akan disuruh untuk login agar bisa melakukan pemesanan.



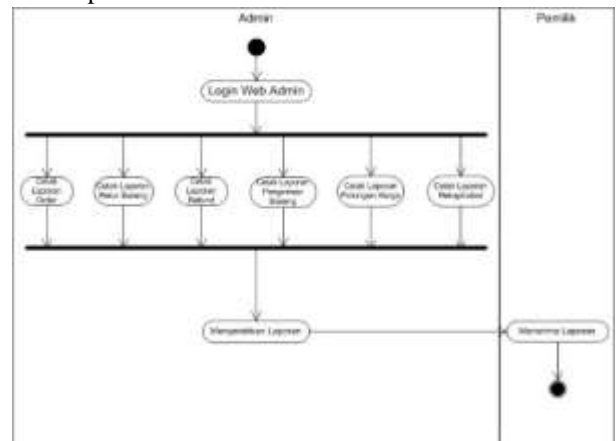
Gambar 4. Activity Diagram Usulan Pemesanan

- c. **Proses Bisnis Usulan Konfirmasi Pembayaran**
 Pada gambar 5 merupakan *activity diagram* proses konfirmasi pembayaran dengan proses Pelanggan terlebih dahulu melakukan pembayaran melalui tranfer setelah itu pilih menu konfirmasi pembayaran, lalu pelanggan menginput data yang dibutuhkan dan mengirimkan bukti pembayaran. Selanjutnya admin akan mengecek pembayaran apakah sudah melakukan pembayaran atau tidak, memverifikasi pembayaran dan mengubah status pembayaran. Lalu sistem akan menyimpan data dan mengirimkan invoice pembayaran pada pelanggan.



Gambar 5. Activity Diagram Proses Konfirmasi Pembayaran

- d. **Proses Bisnis Usulan Laporan**
 Pada gambar 6 merupakan *activity diagram* laporan dengan proses Admin login ke website terlebih dahulu, lalu memilih menu report kemudian memilih laporan yang ingin ditampilkan.

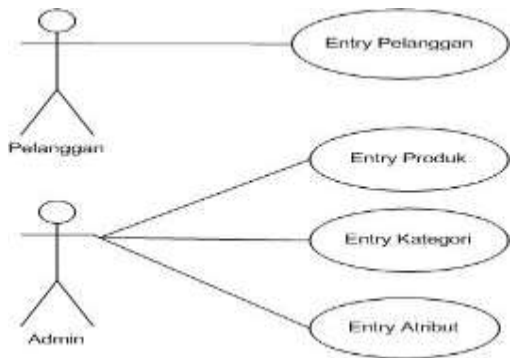


Gambar 6. Activity Diagram Usulan Laporan

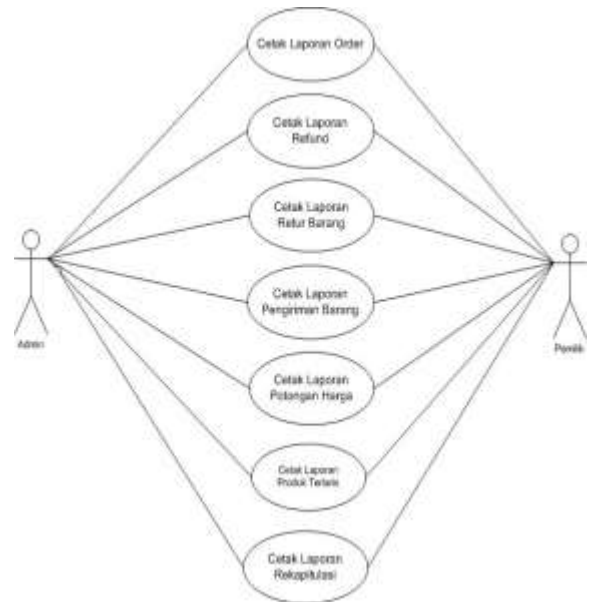
3.3. Use Case Diagram

Use case diagram merupakan tahapan atau alur yang menggambarkan interaksi pada actor dengan sistem.

- a. **Use Case Diagram Master**
 Pada gambar 7 merupakan *use case diagram master* untuk mengetahui keterkaitan antara actor pelanggan dan admin dengan tampilan master.



Gambar 7. Use Case Master



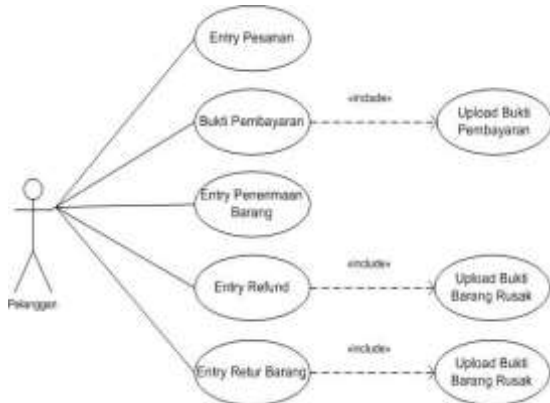
Gambar 10. Use Case Diagram Laporan

a. Use Case Diagram Transaksi

Untuk use case diagram transaksi ada 2 yaitu antara pelanggan dan admin antara lain sebagai berikut :

1) Use Case Diagram Transaksi Pelanggan

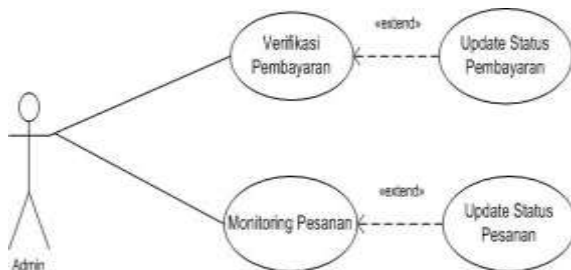
Pada gambar 8 merupakan use case diagram transaksi pelanggan untuk mengetahui keterkaitan actor pelanggan dengan sistem transaksi.



Gambar 8. Use Case Diagram Transaksi Pelanggan

2) Use Case Diagram Transaksi Admin

Pada gambar 9 merupakan use case diagram transaksi admin untuk mengetahui keterkaitan actor admin dengan sistem transaksi.

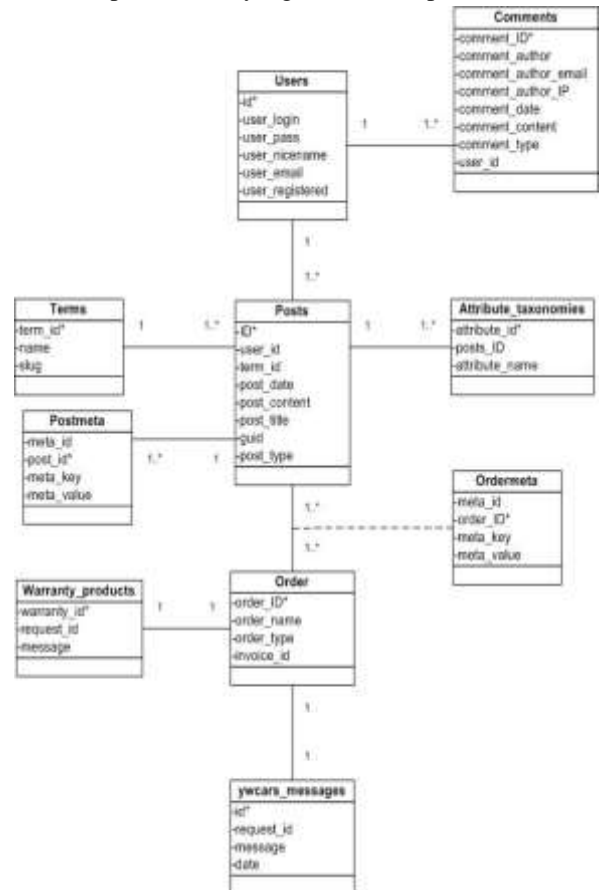


Gambar 9. Use Case Diagram Transaksi Admin

3.4. Model Basis Data

Class diagram merupakan model diagram yang menggambarkan deskripsi antara entity dengan relasi tersebut dan hubungan yang terjadi pada sistem^[5].

a. Pada Gambar 11 merupakan Class Diagram Entitas Tanpa Method yaitu deskripsi hubungan dn relasi pada sistem yang dibuat oleh peneliti.



Gambar 11. Class Diagram

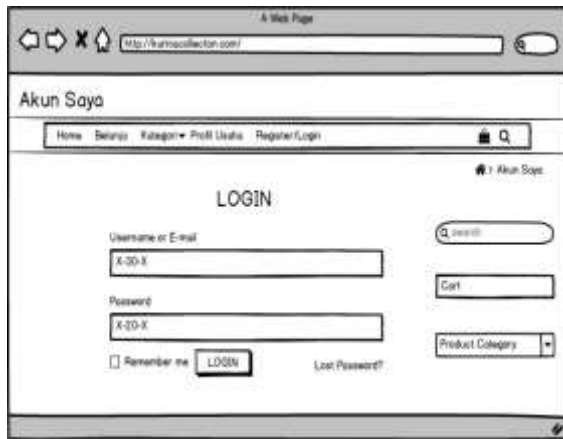
b. Use Case Diagram Laporan

Pada gambar 10 merupakan use case diagram laporan untuk mengetahui keterkaitan antara actor admin dan pemilik.

3. 5. Rancangan Layar

a. Rancangan Layar Login

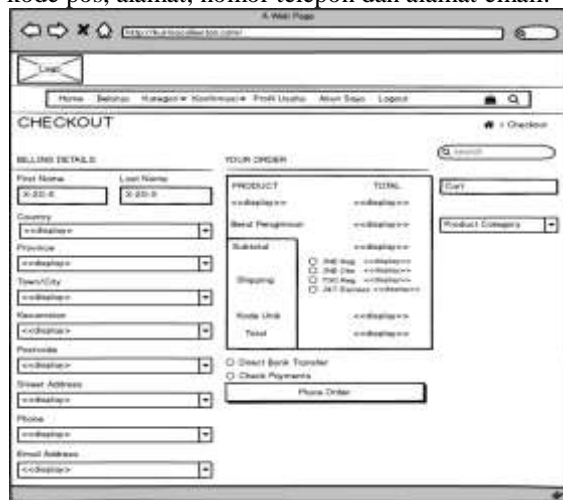
Pada gambar 12 adalah rancangan layar login yang merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh pelanggan dalam melakukan login, dengan inputan isi username dan password yang tersedia.



Gambar 12. Rancangan Layar Login

b. Rancangan Layar Pemesanan (order)

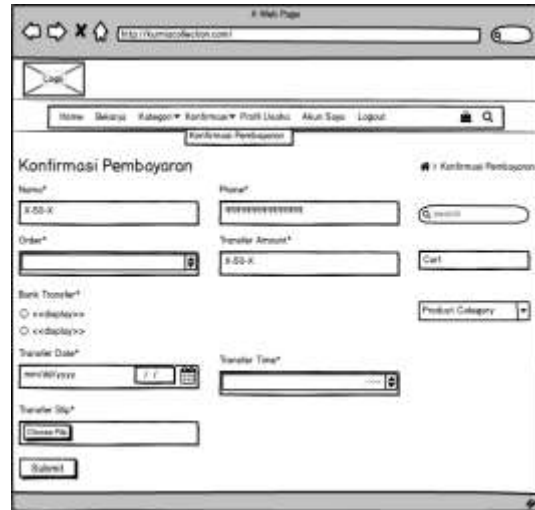
Pada gambar 13 adalah rancangan layar pemesanan (order) yang merupakan aktivitas yang dilakukan oleh pelanggan dalam melakukan pemesanan, dengan inputan yang harus dilengkapi seperti first name, last name, negara, kota, kecamatan, kode pos, alamat, nomor telepon dan alamat email.



Gambar 13. Rancangan Layar Pemesanan (order)

c. Rancangan Layar Konfirmasi Pembayaran

Pada gambar 14 adalah rancangan layar konfirmasi pembayaran yang merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh pelanggan untuk melakukan konfirmasi pembayaran, yang meliputi inputan nama, nomor telepon, nomor order, jumlah transfer, tanggal transfer dan bukti slip pembayaran.



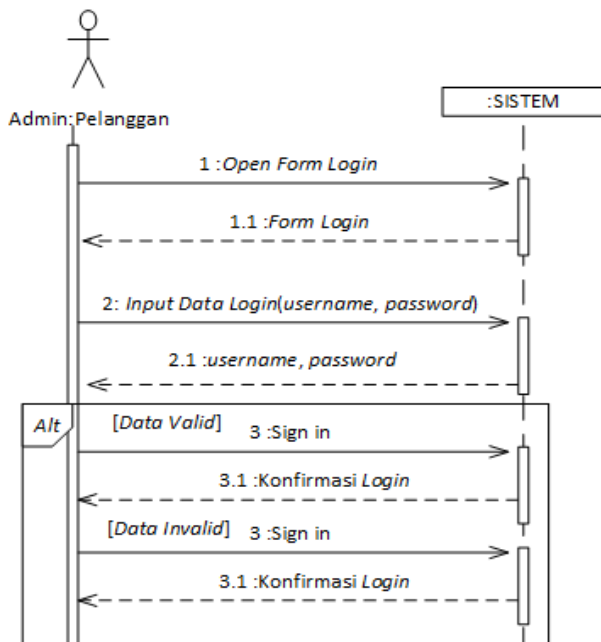
Gambar 14. Rancangan Layar Konfirmasi Pembayaran

3. 6. Sequence System Diagram

System Sequence Diagram adalah rangkaian sebuah aktivitas untuk mengirimkan pesan antar object^[6]. Pada gambar dibawah adalah contoh sequence system diagram master pada toko kurnia collection :

a. Log in

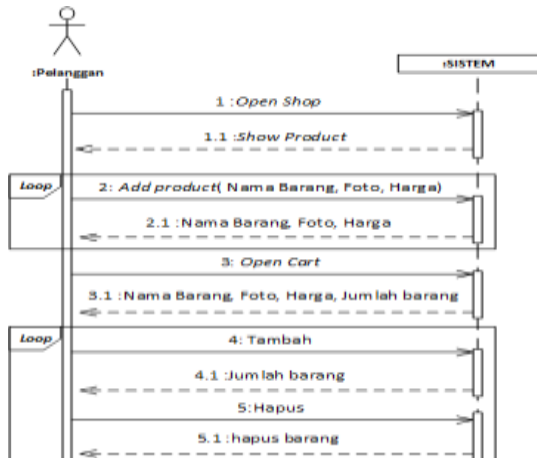
Pada gambar 15 merupakan sequence system diagram login dengan proses pelanggan membuka menu login dan input data.



Gambar 15. Sequence Diagram System Login

b. Pemesanan (Order)

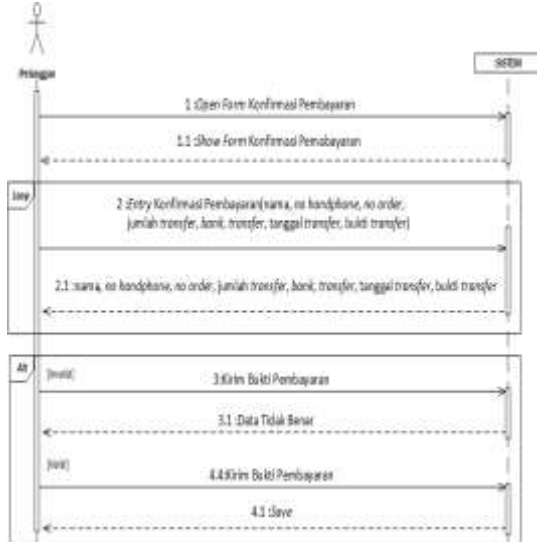
Pada gambar 16 merupakan sequence diagram system pemesanan dengan proses pelanggan membuka menu shop, cara melakukan pemesanan dengan memilih produk yang ingin dibeli, dan apabila ingin menambah produk lagi silahkan tambah produk dan update agar tersimpan di data pemesanan.



Gambar 16. Sequence Diagram System Pemesanan (order)

c. Konfirmasi Pembayaran (*Confirm Payment*)

Pada gambar 17 merupakan sequence diagram system konfirmasi pembayaran dengan proses pelanggan membuka form konfirmasi pembayaran untuk melakukan input pembayaran serta mengirimkan bukti pembayaran lalu akan disimpan oleh sistem.



Gambar 17. Sequence Diagram System Konfirmasi Pembayaran

1. Tampilan Hasil Akhir

a. Pada gambar 18 merupakan tampilan menu login untuk pelanggan yang ingin masuk ke halaman belanja Toko Kurnia Collection.



Gambar 18. Tampilan Login

b. Pada gambar 19 merupakan tampilan menu belanja untuk memilih produk yang ingin di beli di Toko Kurnia Collection.



Gambar 19. Tampilan Menu Belanja

4. KESIMPULAN

Hasil dari penelitian tersebut dapat peneliti menarik suatu kesimpulan yang terdiri dari:

1. Memudahkan pemasaran produk secara digital dengan CMS *wordpress* sehingga pemilik toko tidak harus menunggu pelanggan yang datang.
2. Dengan adanya penerapan *E-commerce* ini penulis mengharapkan dapat mempermudah pemilik toko atau bagian admin dalam mengelola kegiatan Toko Kurnia Collection baik ketika proses pemesanan, proses pembayaran, proses refund, proses retur ataupun ketika proses pembuatan laporan-laporan yang dibutuhkan.
3. Dengan adanya *E-commerce* dapat mengefisienkan waktu, pemesanan barang dapat melalui situs internet pelanggan tidak perlu repot datang langsung ke toko untuk membeli barang.
4. Mempermudah pemasaran dalam cakupan yang luas serta meningkatkan kepuasan konsumen yang menyangkut kecepatan mendapatkan barang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dharmmesta, Basu Swastha dan T.Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. 1and ed, Yogyakarta : BPPFE, 2012.
- [2] Rahman, Su, *Buku Sakti SEO Wordpress dan Joomla*, 1and ed, Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2018.
- [3] Fauhyhi Eko Nugroho, Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online Studi Tokoku, "*Jurnal Simetris*", Vol 7. No 2, p 1, 2016.
- [4] Royan, Frans M, "*Bisnis Model Canvas*", *Bisnis Model Kanvas Distributor*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2014, p.1.
- [5] Mulyani, Sri, "*Database Management System*", *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Manajemen Keuangan Daerah*, Bandung : Abdi Sistematika, 2016, p.101.
- [6] Rusmawan, U, "*Teknis Penulisan Tugas Akhir Pemograman*", *Penulisan Tugas Akhir dan Skripsi Pemograman*, Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2017, p.84.