

SISTEM INFORMASI PENJUALAN MEBEL SECARA ONLINE PADA TOKO KENCANA JATI RAYA SEMARANG

Hana Qodrunida Lailatul Arafah¹, Dr. Yuventius Tyas Catur Pramudi S.Si, M.Kom²

²Jurusan Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro
Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dian Nuswantoro Semarang

Jalan Nakula I No. 5-11 Semarang 50131

Telp : (024) 3517261, Fax : (024) 3520165

E-mail : hana.qodrunida@gmail.com¹, tyas.catur.p@dsn.dinus.ac.id²

Abstrak

Toko Mebel Kencana Jati Raya Semarang masih memerlukan adanya perluasan wilayah dalam penjualan produk yang disediakan baik untuk pelanggan didalam kota Semarang maupun di wilayah lain. Untuk promosi produk yang dijual pada Toko Mebel Kencana Jati Raya Semarang saat ini hanya dilakukan dengan menggunakan kartu nama ataupun dari mulut ke mulut. Juga dalam pencatatan transaksi pada toko ini masih dengan menulis pada buku, sehingga memungkinkan terjadinya kesalahan dalam pencatatan juga memungkinkan adanya backup data. Pada saat ini cara pembelian pada Toko Mebel Kencana Jati Raya Semarang adalah pelanggan secara langsung datang ke toko untuk melihat dan memesan produk yang disediakan. Dengan membangun sistem informasi penjualan berbasis website pada Toko Mebel Kencana Jati Raya Semarang maka dapat membantu perusahaan dan pelanggan dalam melakukan transaksi jual beli, juga dapat membantu perusahaan mempromosikan produk melalui internet. Metode pengembangan menggunakan waterfall, perancangan menggunakan pemodelan UML (Unified Modeling Language) dengan menyertakan Use Case Diagram, Activity Diagram, dan Sequence Diagram, sedangkan perancangan basis data dengan menggunakan Entity Relationship Diagram (ERD), tabel relasi, dan kamus data. Pembuatan sistem penjualan berbasis website menggunakan CMS (Content Management Software) yaitu Prestashop. Hasil dari penelitian ini berupa perancangan sistem penjualan berbasis website yang dapat diimplementasikan dengan baik oleh perusahaan guna mempromosikan produk mebel dan melakukan transaksi jual beli secara mudah kepada pelanggan

Kata kunci : Sistem penjualan berbasis *website*, *E-commerce*, UML (*Unified Modeling Language*), CMS (*Content Management Software*), *Waterfall*.

Abstract

The furniture store Kencana Jati Raya Semarang still needed an extension of territory in the product is good for consumers in the Semarang and other areas. For the promotion of products sold in the furniture store Kencana Jati Raya Semarang is now only undertaken by using a business card or by person to person. Also in the registration of the transaction in the store is still by writing on the books , so that it is likely that a mistake in recording also allow the presence of backups data. At the time of this the way the purchase by the furniture store Kencana Jati Raya Semarang is the customer directly came into the shop to see and ordering products that are provided. By developing a system of information based on the furniture store sales website Kencana Jati Raya Semarang, they would help companies and consumers in making transactions sale-purchase, also helps promote the company products over the internet. In developing this system waterfall , model is used UML (Unified Modeling Language) include use case a diagram , a diagram of activity , sequence diagram are used to design this system. While the design of the data using Entity Relationship Diagram (ERD) , table relationships , data dictionary . Manufacture of systems of sales website based using CMS (Content Management Software) prestashop. The result of this study of design web based sales system which could be implemented with good by the company in order to promote the product of furniture and transacts sales-and- easily to customers

Keywords: Sales system based on the website, E-commerce, UML (Unified Modeling Language), CMS (Content Management Software), Waterfall.

1. PENDAHULUAN

Pada era ini bentuk pemasaran sudah berkembang dengan pesat, setiap perusahaan berlomba-lomba meningkatkan kemajuan dalam strategi pemasaran, salah satunya memanfaatkan kemajuan teknologi. Penggunaan teknologi dalam strategi pemasaran dilakukan guna meningkatkan penjualan produk atau jasa yang dihasilkan. Perusahaan melakukan inovasi dengan menggunakan sistem informasi pemasaran yang dapat memperluas jangkauan pemasaran perusahaan. Saat ini teknologi internet sering digunakan sebagai sarana berinteraksi jarak jauh, begitu pula pada strategi pemasaran yang menggunakan teknologi internet sebagai sarana untuk melakukan transaksi jual beli, yaitu melalui *website*. Toko Mebel Kencana Jati Raya merupakan toko mebel yang sudah menerapkan model bisnis B2C (*Bisnis to Customer*), akan tetapi belum menggunakan sistem penjualan berbasis *web* atau *e-commerce*. Ada beberapa situs *e-commerce* dengan berbagai model bisnis, diantaranya model bisnis B2B (*Bussines to Bussines*) misalnya Garuda Indonesia (www.garuda-indonesia.com), pada model B2C (*Bussines to Customer*) misalnya

Hatono elektronika (www.hartonoelektronika.com), pada model C2C (*Customer to Customer*) misalnya Berniaga (www.berniaga.com).

Toko Mebel Kencana Jati Raya Semarang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan mebel berbahan kayu jati seperti meja, kursi, lemari, dan lain-lain. Toko ini masih memerlukan adanya perluasan wilayah dalam penjualan produk yang disediakan baik untuk pelanggan di dalam kota Semarang maupun di wilayah lain. Pada saat ini promosi yang dilakukan dengan menggunakan kartu nama dan melalui mulut ke mulut. Hal tersebut menghabiskan biaya pembuatan spanduk. Juga dalam pencatatan laporan transaksi Toko Mebel Kencana Jati Raya masih menggunakan cara manual yaitu pencatatan laporan dilakukan pada buku, yaitu dengan mencatat hasil transaksi dari nota transaksi penjualan. Tidak adanya *backup* data yang digunakan juga dapat mengakibatkan kehilangan data dan kesalahan dalam penulisan. Untuk pembelian mebel pada Toko Mebel Kencana Jati Raya pun masih dengan cara pelanggan secara langsung datang ke tempat Toko Mebel Kencana Jati Raya berada untuk melihat

produk yang disediakan hingga pemesanan produk.

Dari latar belakang diatas, menjadi dasar penulis untuk membangun sistem informasi penjualan berbasis *web* pada Toko Mebel Kencana Jati Raya agar dapat membantu memudahkan perusahaan dan pelanggan dalam melakukan transaksi jual beli, juga dapat membantu perusahaan mempromosikan produk melalui internet, sehingga pelanggan dapat dengan mudah mengakses kapan saja dan dimana saja. Juga membantu perusahaan dalam melakukan pencatatan transaksi dan *backup* data transaksi pembelian.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Strategi Pemasaran Online

Berikut merupakan strategi pemasaran secara ringkas tentang strategi pemasaran *online* :

1. Strategi pemasaran melalui *website* atau *blog*

Memiliki *website* atau *blog* sebagai sarana pemasaran secara *online* adalah suatu keharusan. Karena dengan memiliki *website*, membuat usaha dapat diketahui selama 24 jam sehari. Salah satu strategi pemasaran yang penting dari *web* adalah dapat menjelaskan secara rinci produk dan jasa yang dijual. Selain itu juga

dapat membujuk pengunjung untuk membeli produk atau jasa perusahaan.

2. Memanfaatkan jaringan sosial
Jaringan sosial atau salah satu yang sudah dikenal seperti Friendster, Fupei, dan media sejenisnya dapat dimanfaatkan dalam strategi pemasaran. Saat ini twitter sedang marak dimanfaatkan untuk promosi.
3. Promosi bisnis melalui iklan gratis
Banyak sekali iklan gratis di internet yang artinya tidak perlu mengeluarkan biaya untuk mengiklankan usaha. Hanya dengan registrasi dan menuliskan iklan.
4. Memasang *banner* di situs lain
Pemasangan *banner* yang di situs lain yang memiliki banyak pengunjung tentu bisa menarik banyak pengguna internet untuk berkunjung ke situs suatu perusahaan. Pertukaran *banner* dengan situs sejenis juga dapat membantu optimasi *web* suatu perusahaan.
5. Meminta *review* produk
Meminta opini merupakan salah satu strategi pemasaran secara *online* yang sedang ramai. Pemilik perusahaan dapat meminta *review*

dari pemilik *blog* lain untuk ditampilkan di blog mereka.

2.2 E-Commerce

E-commerce atau bisa disebut perdagangan elektronik atau e-dagang adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, *www*, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis

2.3 Jenis Transaksi dalam E-Commerce

Menurut Fuady M dalam Kholil M (2008), *e-commerce* memiliki beberapa jenis transaksi yang dibedakan menurut pihak-pihak yang melakukan transaksi [10] :

1. *Busines to Busines* (B2B)

(B2B) juga dapat diartikan sebagai sistem komunikasi bisnis *online* antar pelaku bisnis. Bentuk dari B2B dapat berupa transaksi Inter-Organizational Sistem (IOS), misalnya transaksi *extranet* dan *electronic funds transfer*.

2. *Bussines to Customer* (B2C)

(B2C) merupakan transaksi ritel dengan pembeli individual. Selain itu B2C juga dapat berarti

mekanisme toko *online* (*electronic shopping mall*) yaitu transaksi antara *e-merchant* dengan *e-customer*.

3. *Customer to Customer* (C2C)

(C2C) merupakan transaksi dimana pelanggan menjual produk secara langsung kepada pelanggan lainnya. Dapat diartikan pula saat seorang individu yang mengiklankan produk barang atau jasa, pengetahuan, maupun keahliannya di *web*.

4. *Customer to Bussines* (C2B)

(C2B) merupakan individu yang menjual produk atau jasa kepada organisasi dan individu yang mencari penjual dan melakukan transaksi.

5. *Non-Bussines Electronic Commerce*

Non-Bussines Electronic Commerce meliputi kegiatan non bisnis seperti kegiatan lembaga pendidikan, organisasi nirlaba, keagamaan dan lain-lain.

6. *Intrabussines (Organizational) Electronic Commerce*.

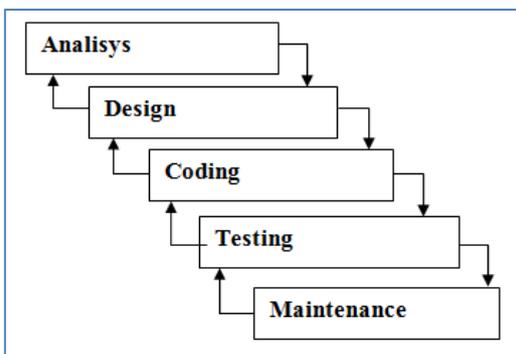
Kegiatan ini meliputi semua aktivitas internal organisasi melalui internet untuk melakukan pertukaran barang, jasa, dan informasi, menjual produk perusahaan kepada karyawan dalam perusahaan.

2.4 Hosting

Hosting adalah jasa layanan internet yang menyediakan sumber daya server-server untuk disewakan sehingga memungkinkan organisasi atau individu menempatkan informasi di internet berupa HTTP, FTP, *e-mail* (seluruh file yang telah dibuat dan akan di-upload). Server *hosting* terdiri dari gabungan server-server atau sebuah server yang terhubung dengan jaringan internet berkecepatan tinggi. *Hosting* meliputi *hosting* yang berbayar dan ada pula *hosting* yang gratis. Keuntungan menggunakan *hosting* yang berbayar yaitu proses *upload* lebih mudah, keamanan lebih terjamin, lebih mudah dikelola dan bias mendapatkan domain dengan akhiran seperti .com, .net, .co.id, dan lain sebagainya.

2.5 Metode Pengembangan Waterfall

Metode pengembangan waterfall secara sistematis dari satu tahap ke tahap lain dalam mode seperti air terjun.



Gambar 1 Metode Pengembangan Waterfall

2.6 UML (Unified Modeling Language)

Unified Modelling Language (UML) bukanlah suatu proses melainkan bahasa pemodelan secara grafis untuk menspesifikasikan, memvisualisasikan, membangun, dan mendokumentasikan seluruh artifak sistem perangkat lunak. Penggunaan model ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagian-bagian yang termasuk dalam lingkup sistem yang dibahas dan bagaimana hubungan antara sistem dengan subsistem maupun sistem lain diluarnya.

2.7 CMS

CMS kepanjangan dari *Content Management Sistem*. CMS merupakan sebuah aplikasi *web* atau software *web* yang tujuannya untuk memudahkan dalam pengelolaan (*upload*, *edit*, menambahkan, dan lain-lain) konten dalam sebuah *website*/ *blog*/ aplikasi *web* tanpa harus dibekali pengetahuan tentang hal-hal yang bersifat teknis tanpa harus memiliki pengetahuan tentang bahasa pemrograman *web*. Sehingga dengan adanya CMS ini, orang awam pun dapat membuat sebuah *website* yang langsung jadi dan pengguna tinggal mengelola isi konten *website* tersebut tanpa campur tangan dari pihak *webmaster*.

2.8 Prestashop

Prestashop adalah sebuah CMS yang khusus menangani masalah E Commerce atau perdagangan Online. Prestashop tersedia dibawah lisensi Open Software dan secara resmi diluncurkan di tahun 2007. Perangkat lunak ini, berbasis Smarty template engine. Prestashop memenangkan penghargaan 2010 and 2011 Best Open-Source Business Application. Prestashop didirikan di Paris, dengan kantor kedua di Miami yang dibuka di tahun 2011. Prestashop diterjemahkan kedalam 53 bahasa, dengan hanya bahasa Inggris dan Prancis yang memiliki dukungan penuh dalam setiap versinya.

3. METODE PENELITIAN

Objek pada penelitian ini adalah Toko Mebel Kencana Jati Raya yang terletak di Jalan Kencana Wungu Semarang Kota Semarang.

3.1 Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian merupakan suatu cara prosedur yang digunakan untuk mengumpulkan, serta menganalisa data dengan teknik tertentu. Metode yang akan digunakan dalam penyusunan Penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Wawancara

Wawancara merupakan bentuk komunikasi secara langsung antara

peneliti dan responden. Komunikasi dapat berlangsung secara tanya jawab dalam hubungan tatap muka

2. Pengamatan (*Observasi*)

Pengamatan (*observasi*) adalah metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi yang disaksikan selama penelitian.

3. Studi Pustaka

Dalam melakukan studi pustaka penulis melakukan pengumpulan data dengan membaca buku - buku dan mencari sumber melalui internet yang berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk digunakan pada landasan teori.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, adapun penjelasannya adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang dibuat oleh penulis untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer pada penelitian ini didapat dengan wawancara yang sudah diolah menjadi data primer untuk objek

penelitian. Wawancara dilakukan penulis kepada Pimpinan Toko Mebel Kencana Jati Raya, karyawan dan pelanggan mengenai cara pemesanan dan pembelian produk juga mengenai data produk yang dijual, dan kebutuhan sistem pada proses jual beli Toko Mebel Kencana Jati Raya.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang dibuat oleh penulis untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari literatur, artikel, jurnal, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

3.3 Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem yang digunakan dalam penyusunan tugas ini adalah menggunakan metode waterfall. Langkah – langkah dalam pengembangannya adalah sebagai berikut :

1. Analisis

Pelayanan, batasan, dan tujuan sistem ditentukan melalui konsultasi dengan user. Biasanya dapat diperoleh melalui

wawancara, survey atau diskusi. Informasi tersebut dianalisis untuk mendapatkan dokumentasi kebutuhan pengguna untuk digunakan pada tahap selanjutnya.

2. Desain

Pada tahap ini dilakukan penyusunan sistem dengan tahapan sebagai berikut:

a. *Use case diagram*

b. *Activity diagram*

c. *Sequence Diagram*

d. *Class Diagram*

e. *Desain Input*

f. *Desain Output*

3. Coding

Desain harus ditranslasikan ke dalam program perangkat lunak. Hasil dari tahap ini adalah program komputer sesuai dengan desain yang telah dibuat pada tahap desain. Pada tahap ini penulis menggunakan CMS Prestashop guna pembuatan website Toko Mebel Kencana Jati Raya.

4. Pengujian

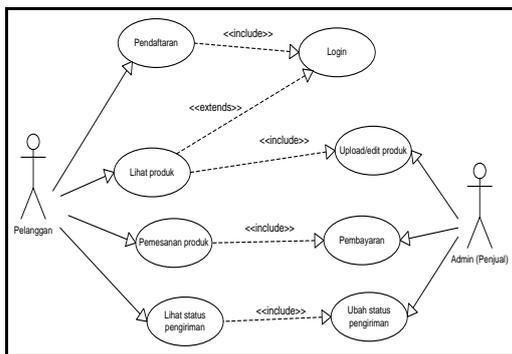
Pada tahap ini, perancangan perangkat lunak direalisasikan sebagai serangkaian program atau

unit program. Pengujian unit melibatkan verifikasi bahwa setiap unit telah memenuhi spesifikasinya. Memastikan bahwa tidak ada masalah pada *webyang* dibangun serta sudah melakukan *hosting* pada *web*. Pengujian menggunakan *Black-Box testing*. Guna menguji perangkat lunak apakah sudah sesuai dengan yang dibutuhkan.

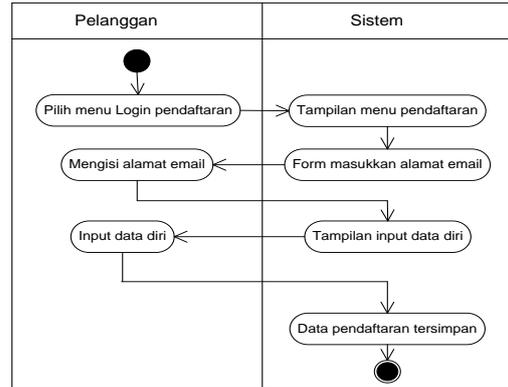
5. Maintenance

Merupakan kegiatan agar program dapat berjalan dengan baik secara terus menerus. Kegiatan yang dilakukan diantaranya menghapus data yang tidak lagi digunakan.

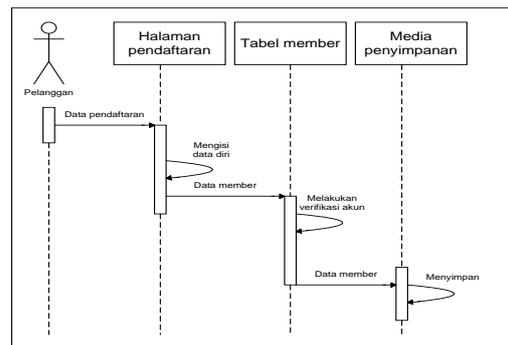
4. HASIL DAN PEMBAHASAN



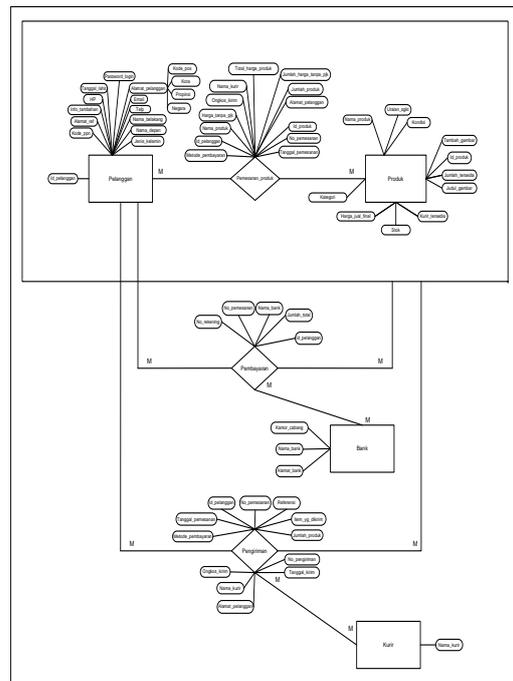
Gambar 2 Use Case Diagram



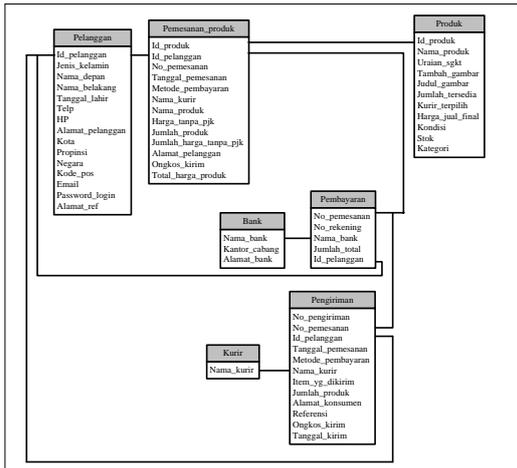
Gambar 3 Activity Diagram Pendaftaran



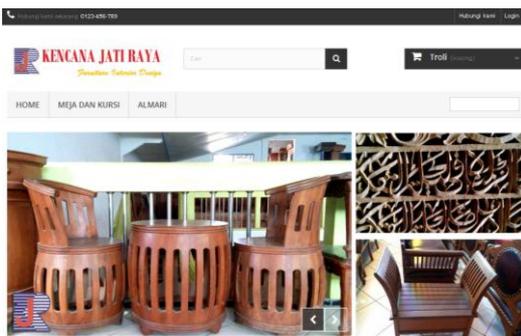
Gambar 4 Sequence Diagram Pendaftaran



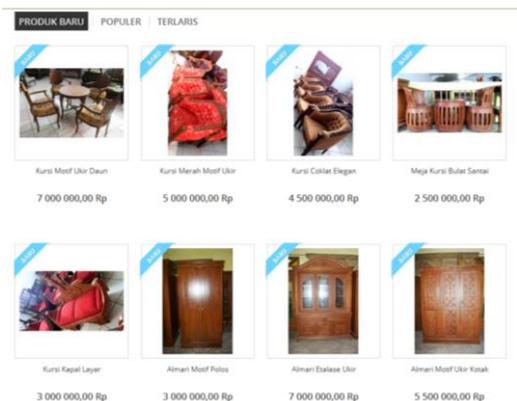
Gambar 5 ERD (Entity Relationship Diagram)



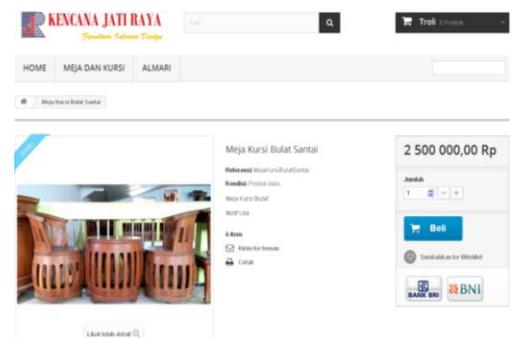
Gambar 6 Tabel Relasi



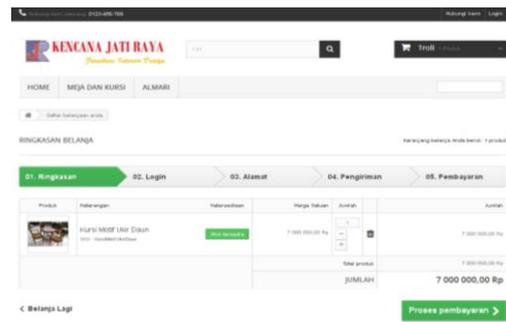
Gambar 7 Halaman Utama



Gambar 8 Halaman Produk



Gambar 9 Halaman Detail Produk



Gambar 10 Halaman Pemesanan Produk

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari penjelasan beberapa bab sebelumnya, didapatkan analisa dan perancangan sistem informasi penjualan mebel secara *online* pada Toko Kencana Jati Raya, dengan kesimpulan sebagai berikut:

1. Model promosi yang dihasilkan untuk Toko Mebel Kencana Jati Raya yaitu dengan membangun sistem penjualan berbasis *website* agar dapat meminimalisir biaya dalam mempromosikan produk dan mempermudah pelanggan dalam melihat produk yang tersedia kapan saja dan dimana saja.
2. Rancangan sistem penjualan berbasis *web* yang dihasilkan dapat mempermudah proses jual beli pada Toko Mebel Kencana Jati Raya.
3. Implementasi sistem penjualan *online* dengan melakukan pengujian *blackbox* terhadap sistem transaksi yang ada.

Dari kesimpulan diatas maka penulis memberikan masukan mengenai analisa dan perancangan sistem informasi penjualan mebel secara *online* pada Toko Kencana Jati Raya, adapun saran-saran tersebut adalah:

1. Melakukan *update* pada produk-produk terbaru diharapkan dapat menarik banyak pelanggan dan dapat memudahkan proses pembelian sehingga dapat meningkatkan pemasaran produk pada Toko Mebel Kencana Jati Raya.
2. Melakukan *backup* data agar data penjualan dapat tersimpan dengan baik dan tidak mudah hilang, juga lebih mudah menentukan produk apa saja yang lebih diminati pelanggan.
3. Media pemasaran bersifat *online* akan lebih memudahkan pelanggan untuk memilih dan memesan produk yaitu melalui *website* Toko Mebel Kencana Jati Raya, baik pelanggan dalam maupun luar daerah tidak harus secara langsung datang di tempat Toko Mebel Kencana Jati Raya berada.

Daftar Pustaka

[1] Syamsul Irfan S. (2014, Maret) Academia.edu. [Online]. <http://www.academia.edu/646970>

[7/E-Commerce di Indonesia dan Contoh Penerapan B2B, B2C dan C2C](#)

[2] Marshall, "PEMBANGUNAN APLIKASI E-COMMERCE PADA TOKO SEPATU ORACLE SHOES," *Jurnal UNIKOM E-commerce*, no. 2, pp. 1-3, Maret 2011.

[3] Lily Qur'anniati, "PERANCANGAN DAN PEMBUATAN WEBSITE E-COMMERCE UNTUK SISTEM PENJUALAN PADA TOKO BEZAIN," *Jurnal Sistem Informasi*, no. 7, pp. 1-8, Februari 2015.

[4] William D. Perreault, Jr., E. Jerome McCarthy Joseph P. Cannon, *PEMASARAN DASAR*, 16th ed., Dono Sunardi, Ed. New York, United States of America: Salemba Empat, 2008.

[5] Riyanda, "Strategi Pemasaran Online," *Jurnal E-commerce*, vol. V, no. 1, pp. 3-4, April 2012.

[6] Ahmad Fauzi. (2014, Juni) 8 Kelebihan dan Kelemahan Pemasaran Online. [Online].

- <http://lumbing.com/8-kelebihan-dan-kelemahan-pemasaran-online/>
- [7] BOC Indonesia. (2008, Februari) Pengertian E-Commerce. [Online].
<http://www.baliorange.web.id/pengertian-ecommerce/>
- [8] DR. IR. EDDY SOERYANTO SOEGOTO, *Enterpreneurship menjadi Pebisnis Ulung*, 2nd ed., Rayendra L. Toruan, Ed. Jakarta, Indonesia: PT Elex Media Komputindo, 2010.
- [9] (2009, Oktober) Pengertian E-Commerce. [Online].
http://elearning.gunadarma.ac.id/docmodul/modul_introduction_e-commerce/d.BAB%20I-Pengertian%20E-commerce.pdf
- [10] Ari Adithia Chandra, Dewi Suryani Oktavia, Hary Purnama, Lucy, Rachmat Vidiansyah, Hendra Wijaya Angga Prabowo, "E-Commerce dan Web Bussines Model Studi Kasus Pada PT Garuda Indonesia (PERSERO) Tbk.," *Studi Kasus Pada PT Garuda Indonesia (PERSERO) Tbk*, no. 1, pp. 6-7, Juni 2011.
- [11] Ronni Purba. (2010, Juli) Definisi E-commerce. [Online].
<http://www.binushacker.net/definisi-ecommerce-e-commerce-www-kotadingin-cc-cc.html>
- [12] Imam muiz, "Komponen Utama E-commerce," *Jurnal Komponen Utama E-commerce*, no. 1, pp. 1-2, Februari 2008.
- [13] Kristanto Andri, *Pngenalan Sistem Informasi dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Gava Media, 2004.
- [14] Win XP. (2013, Februari) Widyatama Repository. [Online].
<http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/2342/BAB%20II%20.pdf?sequence=10>
- [15] Cahyo. (2014, Februari) Internet dan E-Commerce. [Online].
<http://pl701.ilearning.me/2014/02/24/tugas-5-ime-class/>
- [16] Harlina. (2015, Januari) CONTENT MANAJEMEN SISTEM (CMS) PENGINSTALAN CMS PRESTASHOP, PHPBB DAN X3CMS DI LOCALHOST MENGGUNAKAN XAMPP PADA WINDOWS. [Online].

http://harlinaumk.ucoz.com/index/laporan_content_manajemen_sistemcms_penginstalancms_prestashop_phpbb_dan_x3cms_dilocalhost_menggunakan_xampp_pada_windows/0-2