

APLIKASI PENJUALAN HANDPHONE CV.BAMA CELL BERBASIS WEB

Ayu Novita Sari

Jurusan sistem informasi, STMIK Pringsewu Lampung

Jl.wisma rini no.09 pringsewu Lampung

Telp. (0729) 22240 website: www.stmikpringsewu.ac.id

E-mail: ayusnovitasari098@yahoo.com

ABSTRAK

Dalam sejarah kehidupan manusia teknologi merupakan salah satu bagian terpenting untuk menentukan perubahan pada peradaban manusia. Teknologi memberikan kemudahan untuk membantu setiap kegiatan manusia baik dunia akademik, pembangunan dan lain sebagainya terutama bisnis onlin (E-Commerce). E-commerce didefinisikan sebagai suatu mekanisme pengembangan bisnis baru antara customer dan client dan pihak-pihak lain yang kepentingannya, dimana pemanfaatan teknologi komunikasi dengan tujuan meningkatkan kualitas pelayanan publik. Metodologi ini mencakup bagaimana menganalisa kebutuhan-kebutuhan arsitektur dan menentukan prioritasnya untuk menciptakan arsitektur yang benar sekaligus melakukan validasi arsitektur sehingga memastikan bahwa arsitek dan stakeholders setuju bahwa arsitektur yang dihasilkan sungguh-sungguh arsitektur yang benar. Tujuan dari penelitian ini adalah merancang suatu aplikasi penjualan handphone dengan memanfaatkan metode Visual Architechting Process yang mampu menyediakan layanan informasi yang ditanam pada handphone berbasis Symbian S60 dengan teknologi flashlite dan memberikan kemudahan dalam hal berpromosi dan melakukan perhitungan kredit. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa client yang menggunakan mobile device dapat berinteraksi dengan server yang memuat informasi tentang mobil secara lengkap dan dapat melakukan registrasi secara langsung pada saat ingin memesan dengan memanfaatkan service yang dibangun. Perangkat lunak dapat dibuat dengan menggunakan perancangan dengan metode Visual Architecting Process™ dan mengimplementasikannya dengan bahasa pemrograman PHP ,Code inighter dan Actionsript.

Kata Kunci: *e-commerce, penjualan, handphone online cv.bama cell*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Nana Syaodih S.(1997:67) kemajuan teknologi, handphone tidak lagi dianggap sebagai barang mewah, kebutuhan terhadap handphone telah menjadi keperluan penting bagi banyak orang. Penggunaanya juga tidak terbatas oleh orang dewasa saja, tetapi juga anak-anak dan remaja. Salah satu sebab dari kenaikan jumlah permintaan untuk produk ini adalah perkembangan fasilitas produknya yang berlanjut terus menerus. Fasilitas yang dimiliki handphone semakin lama semakin canggih. Produk - produk baru terus bermunculan dengan fasilitas yang menarik, seperti kamera, kemampuan untuk transfer data, bahkan untuk melakukan koneksi ke internet. Hal ini mendorong para pengguna handphone membeli produk handphone yang baru.

Akibat dari kenaikan permintaan, mendorong pula meningkatnya penawaran terhadap produk ini, hal ini dapat dilihat dari bertambahnya jumlah toko-toko yang menawarkan handphone dan munculnya pusat-pusat penjualan handphone yang baru.

Toko Bama Cell merupakan salah satu dari sekian banyak toko yang menjual produk handphone. Pada saat ini toko Bama Cell hanya melakukan penjualan secara umum, dimana pembeli datang ke toko, dan melakukan transaksi di tempat.

Pembayaran dilakukan secara tunai. Sedangkan untuk pemasaran biasanya dipasang di surat kabar. Dengan makin tingginya faktor persaingan maka dibutuhkan penawaran penjualan secara online dan barang yang dibeli dapat dikirim sehingga customer tidak perlu lagi datang ke toko setiap akan melakukan pembelian, selain itu

customer dapat melakukan perbandingan fitur yang terdapat pada handphone yang diinginkannya beserta harga handphone tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Menurut Drs. Tatang M. Amirin, Menyusun Rencana Penelitian (1995) Secara ringkas masalah yang biasa diangkat menjadi topik penelitian yang baik itu seharusnya masalah tersebut jika diteliti akan mempunyai arti penting baik bagi perkembangan ilmu teknologi maupun bagi kehidupan sehari-hari dan kesimpulan penelitian mempunyai daya simpul yang cukup lama, artinya dapat digeneralisasikan bukan cuma saat penelitian dilakukan, melainkan sesudahnya (mempunyai jawaban dari suatu permasalahan). Berdasarkan latar belakang masalah dapat di ambil rumusan masalah sebagai berikut :Bagai mana membuat aplikasi penjualan handphone berbasis web?

1.3. Batasan Masalah.

Menurut Sulistiyo.E (2009) masalah yang akan diteliti itu perlu dirumuskan secara spesifik. batasan masalah merupakan pemetaan faktor-faktor dan variabel-variabel yang terkait. Kualitas suatu penelitian tidak cukup dipertimbangkan berdasarkan kriteria-kriteria sebagaimana diuraikan sebelumnya. Kualitas suatu penelitian juga ditentukan oleh bagaimana batasan masalah tersebut dirumuskan. Berdasarkan pendapat Sulistiyo.E maka penulis dapat ambil kesimpulan dalam pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini akan dibahas bagaimana membuat aplikasi penjualan handphone berbasis web.
2. Bagaimana menggunakan SEO e-commerce
3. User interface yang akan ditampilkan dalam web ini adalah berupa informasi tentang barang yang didapatkan dari CV.Bama Cell.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk membuat sebuah Aplikasi penjualan handphone berbasis website yang bisa secara otomatis menampilkan jenis produk yang di order, dan pengiriman secara otomatis setelah terjadi order

2. LANDASAN TEORI

2.1 Electronic Commerce (E - Commerce)

Menurut M.Safriyan .Skom Electronic Commerce (EC) adalah suatu konsep yang menjelaskan proses pembelian, penjualan dan pertukaran produk, servis dan informasi melalui jaringan komputer yaitu internet Menurut Kalakota (1999) EC dapat dilihat dari sudut pandang :

- Sudut pandang komunikasi, EC merupakan pengiriman barang, servis, informasi, atau pembayaran melalui jaringan komputer.
- Sudut pandang bisnis proses, EC adalah aplikasi teknologi yang dapat melakukan transaksi bisnis dan arus kerja yang otomatis.
- Sudut pandang servis, EC merupakan peralatan yang dapat memenuhi keinginan perusahaan, konsumen dan manajemen untuk memotong biaya servis selama pengembangan kualitas barang dan peningkatan kecepatan layanan pengiriman.
- Sudut pandang online, EC menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual produk dan informasi melalui internet dan layanan online lainnya.

Secara umum ada tiga tipe EC yaitu:

- B2C (Business to Customer), dalam B2C transaksi online dibuat antara bisnis dengan konsumen secara individual. Contoh : pesanan buku secara online, pembelian tiket pesawat terbang.
- B2B (Business to Business), dalam B2B bisnis membuat transaksi online dengan bisnis lain. Contoh : Layanan online atau pembelian bahan bakar.
- B2E (Business to Employee), dalam B2E informasi dan servis dibuat secara online untuk para pekerja. Contoh : Pelatihan online dan perbankan online. EC dapat dibedakan menjadi dua bagian yaitu pure EC dan partial EC. Pure EC menerangkan semua bagian dalam EC menggunakan dimensi

digital baik dalam produk, proses dan pengiriman.

2.2. Electronic Retailing (E-TAILING)

Menurut Yayan Iskandar .SE E-Tailing termasuk dalam jenis usaha EC yang memperdagangkan barang secara langsung kepada konsumen (direct selling). Bila digolongkan maka E-Tailing adalah golongan bisnis to customer (B2C) yang berarti golongan usaha dagang langsung atau secara eceran/retail (Turban, 2002).

Dalam perdagangan B2C secara online, terdapat dua jenis barang yang ditawarkan, yaitu : Hard goods adalah barang yang berwujud nyata. Bila dibeli maka dikirimkan pada pelanggan melalui jasa pengiriman. Dalam penelitian ini barang yang diperdagangkan merupakan jenis barang ini yaitu handphone.

Soft goods sering juga disebut sebagai digital goods seperti berita dan informasi yang dapat diterima oleh pelanggan dengan cara download Karakteristik yang membedakan antara online B2C dengan perdagangan konvensional adalah perusahaan dapat berhubungan langsung dengan konsumen tanpa perantara. Hal ini sangat menguntungkan perusahaan dari segi laba karena tidak perlu berbagi keuntungan dengan perantara.

Pada awal era E-Tailing, perusahaan retail seperti departement store dan super market bukan pemain utama dalam online B2C, hanya menggunakan website untuk memajang produknya, website berfungsi sebagai brosur dan menarik minat orang agar datang ke toko mereka. Perusahaan retail kemudian mengambil strategi sukses dengan mengkombinasi bisnis konvensional mereka dengan bisnis online sehingga lahirlah brick and click store.

Dewasa ini, banyak pelaku E-Tailing bukan berasal dari perusahaan saja, tetapi mulai banyak penjual yang menjual produk melalui toko secara konvensional maupun melalui internet secara online. Perdagangan seperti ini yang disebut sebagai traditional retailers with website, yang berarti suatu bentuk perdagangan E-Tailing dimana

penjualan dilakukan dengan dua bentuk. Penjual seperti ini kerap juga disebut sebagai multi channel store.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, para E-tailer harus mengetahuinya semua kemungkinan untuk menanggapi faktor-faktor tersebut. Ada empat hal yang harus dipenuhi agar konsumen tertarik untuk membeli barang atau menggunakan layanan dari penjual, yaitu :

- Produk, memberikan informasi yang jelas tentang barang yang dijual, lengkap dengan gambar barang tersebut.
- Harga, Menyebutkan harga barang. Di dalam menetapkan harga harus memperhatikan faktor lain seperti kualitas, permintaan pasar dan harga pesaing.
- Promosi, mengadakan promosi melalui iklan di • Promosi, mengadakan promosi melalui iklan di media cetak atau elektronik dan alat komunikasi lainnya.
- Pengemasan dan pengiriman memperhatikan distribusi barang secara fisik dan menjaga keutuhannya. Selain itu pengiriman diusahakan secepat mungkin agar tidak mengecewakan konsumen.
- Sukses bisnis retail dan E-Tailing pada dasarnya adalah menawarkan barang berkualitas dengan harga bersaing, dipadukan dengan pelayanan yang memuaskan.

Namun keunggulan E-Tailing adalah dapat memperluas pasar sampai keluar negeri dengan investasi nol, sesuatu yang tidak dapat dicapai oleh retailer konvensional.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Observasi

Menurut pemilik cv.bama cell mengatakan bahwa semua produk – produk handphone terbaru bisa memiliki harga yang murah di karenakan barang yang di jual secara langsung mengambil dari pt produksi hp yang setiap bulannya tidak kurang 200 merek hp yang mereka keluarkan.

3.2. Dokumentasi

Melalui metode ini, penulis mengabadikan melalui gambar, mengumpulkan dokumen, arsip dan data-data yang ada terutama rekapan hasil penjualan hp tiap hari, bulan dan akhir tahunnya sebagai bahan penelitian.

3.3. Wawancara

Dalam metode wawancara ini penulis memberikan beberapa pertanyaan antara lain sebagai berikut :

- Bagaimana sistem marketing di cv.bama cell ?
- Bagaimana struktur kepegawaian cv.bama cell?
- Bagaimana cara melayani client cv.bama cell?
- Apa saja merek atau tipe hp yang di jual cv.bama cell ?
- Bagaimana cara melayani penjualan untuk order luar kota maupun provinsi?
- Bagaimana program target penjualan setiap bulanya?

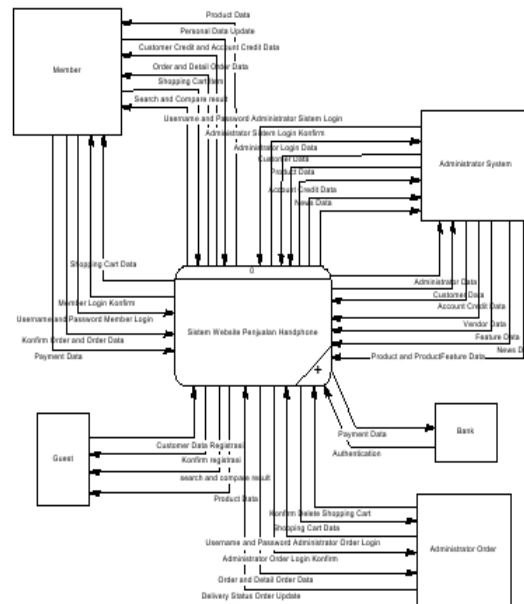
4. MODEL ANALISA DAN DESAIN

4.1 Model

1. Tahap pengumpulan data
 - a. Studi Literatur
 - b. Observasi
 - c. Interview
2. Tahap pembuatan perangkat lunak
 - a. Systemcoding
 - b. Analisis
 - c. Design
 - d. Pengujian
 - e. Maintenance

4.2. Desain Data Flow Diagram

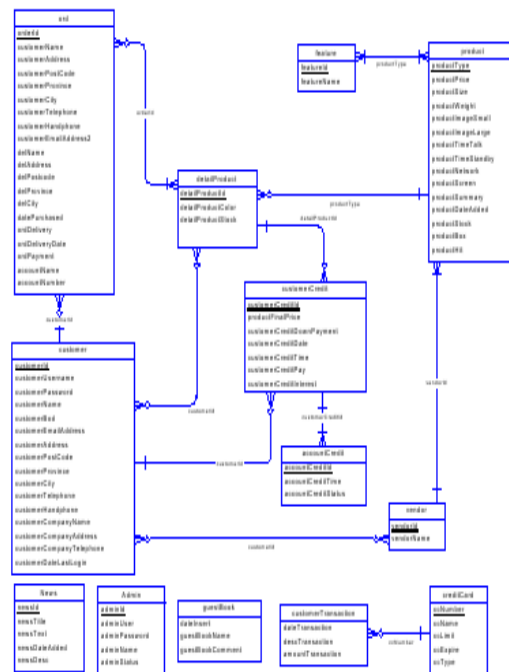
Berdasarkan analisis kebutuhan dari setiap user yang berhubungan di dalam sistem website penjualan handphone, dapat dibuat suatu aliran data yang berlangsung di dalam sistem seperti gambar 1. berikut:



Gambar 1. Context diagram

4.3. Desain Entitty Relationship Diagram

Desain dari database yang dibuat tampak seperti pada gambar 2.



Gambar 2. Conceptual data model

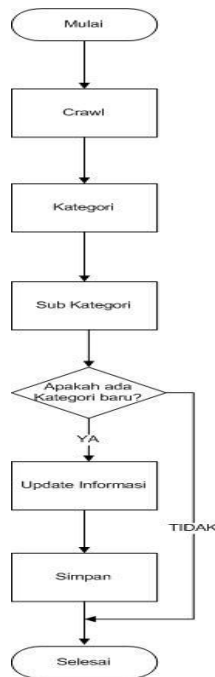
4.4. IMPLEMENTASI SISTEM

Server yang dipakai untuk implementasi dan pengujian perangkat lunak pada penelitian ini memiliki spesifikasi sebagai berikut:

- Processor : Intel Pentium IV 2,8 GHz
- Memory: Visipro 384 MB SDRAM
- Hard disk : Maxtor 80 GB

Sistem operasi yang digunakan untuk server adalah Windows XP Profesional dan di install pada komputer server beserta dengan modul-modul yang diperlukan seperti :

- Apache, sebagai web server yang di dalamnya juga terdapat PHP engine.
- MySQL, sebagai database server.

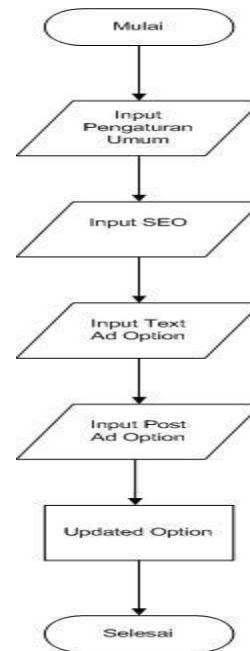


Gambar 3

Gambar 3. merupakan Rancangan halaman yang pertama kali ditampilkan saat user mengakses website.

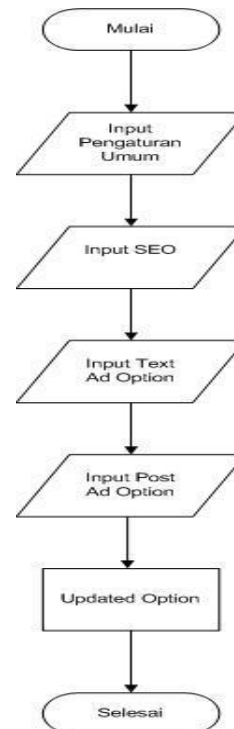
Halaman ini menampilkan enam produk terbaru dan lima ringkasan berita terbaru yang disertai dengan link untuk melihat detail produk atau berita tersebut.

4.5. Data Flow Diagram (DFD)



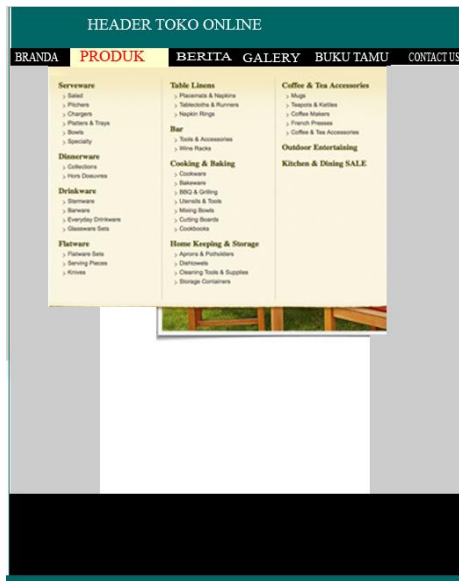
Gambar 4

4.6. Diagram Arus Data (DAD)



Gambar 5

4.7. Tampilan Desain



4.7.1. Beranda

Berisi tentang gambaran isi keseluruhan Website. Produk yang dijual akan ditampilkan pada halaman product. Apabila user member sudah melakukan login maka data yang tampil adalah produk dengan tipe vendor yang disukai oleh member tersebut berdasar inputan user pada saat registrasi. Halaman product juga dapat diakses melalui menu vendor sehingga menampilkan produk yang sesuai dengan vendor yang dipilih.



4.7.2 Product

Berisi tentang Produk yang kita jual



4.7.3 Berita

Berita berisi tentang info-info serta berita handphone-handphone terbaru

4.7.4 Galerry

Galeri berisi tentang foto penyuluhan serta video-video pada saat penyuluhan

4.7.5 Buku Tamu

Buku tamu berisi tentang daftar pengunjung yang sudah membuka Website atau daftar data pengunjung.

4.7.6 About Us

Berisi tentang Customer service dan kontak keluhan pelanggan

4.7.6 Login.

Login disini adalah proses masuk ke member area untuk mengetahui transaksi pengiriman sudah d approve atau belum.

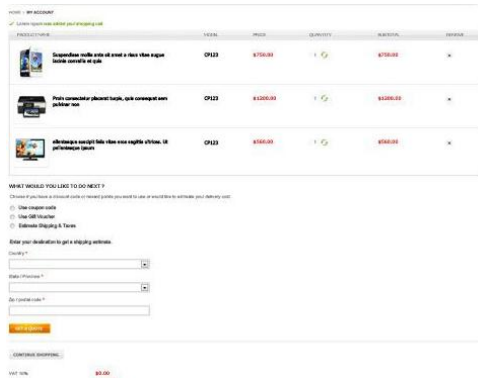
Login Form
✕

Sign In

Lost Your Password ?

4.7.7 Tampilan Member area.

Member area ini berfungsi untuk mengedit produk yang kita jual berlaku untuk client.



5. Kesimpulan Dan Saran

- **Kesimpulan**
 - Permasalahan mengenai terbatasnya informasi dan belum memiliki akses yang cukup luas untuk pelayanan client luar kota, bahkan calon pembeli yang membutuhkan informasi, mereka harus datang langsung ke lokasi kantor CV.Bama Cell
 - Dengan menggunakan penerapan E-Commerce pada CV.Bama Cell maka penyampain informasi produk – produk handphome terbaru akan lebih efektif dan efisien.
- **Saran**

Penerapan e-commerce pada CV.Bama Cell masih banyak kekurangan dan perlu dievaluasi secara terus menerus sehingga dapat diketahui bagian manakah yang tidak berjalan secara optimal.

Demikian yang dapat kami paparkan mengenai materi yang menjadi pokok bahasan dalam jurnal ini, tentunya masih banyak kekurangan dan kelemahannya, kerana terbatasnya pengetahuan dan kurangnya rujukan atau referensi yang ada hubungannya dengan hasil penelitian ini .

DAFTAR PUSTAKA

Nana Syaodih S.(1997:67) *Object-oriented Systems Analysis and e-commerrce*.
Tatang M. Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian* (1995).
Sulistiyono.E(2009),*McGraw Hill ,penelitian Education, rumusan masalah*.
M.Safriyan .Skom (2009). *Manajemen Strategis : Konsep, Edisi kedua belas, Buku 1. Salemba,Jakarta*.
Yayan Iskandar .SE (2003). *Strategi dalam menghadapi E-Commerce sebagai peluang bisnis* .
Irsyad Fahmi Al-hanafi Adfha (24:9), *rekapan data hasil penelitian, Pringsewu Selatan*.
Turban

DAFTAR GAMBAR

1. Tampilan Desain



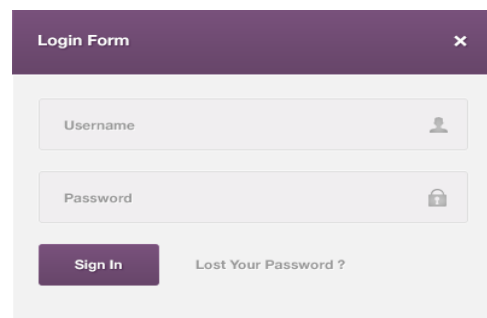
2. Beranda



3. Product



4. Login.



5. Tampilan Member area.

