

PENGOLAHAN E-COMMERCE PADA TOKO NUFUS (ACCESSORIES) TALANGPADANG

Mita Sari

Jurusan Sistem Informasi STMIK Pringsewu Lampung

Jl. Wisma Rini No. 09 Pringsewu Lampung

website: www.stmikpringsewu.ac.id

E-mail : mitasaritwitter5@yahoo.com

ABSTRAK

Toko Nufus (accessories) Talangpadang merupakan toko yang bergerak dalam bidang penjualan Accessories. Accessories yang dijual di Toko Nufus seperti boneka, bros, jepit rambut/pita dll. Di Toko Nufus dalam pembuatan laporan penjualan dan promosinya masih bersifat manual. Sistem manual yang berjalan saat ini berupa penjualannya yang hanya berdasarkan konsumen yang datang langsung ke toko tersebut. Selain itu, dalam pembukuan untuk pembuatan laporan rekapitulasi penjualan masih dilakukan secara manual sehingga laporan penjualan belum terperinci secara baik. Sehingga perlu dibuat sebuah e-commerce Pada Toko Nufus, hal ini bertujuan untuk mempermudah konsumen dalam pemesanan accessories yang dapat dilakukan dimanapun tanpa harus datang ke toko Nufus dan kapanpun tanpa ada batasan waktu. Metode yang digunakan dalam pembuatan e-commerce menggunakan metode waterfall. Dengan dirancangnya e-commerce ini diharapkan mudah dalam pembuatan laporan penjualan dan memperluas area promosi produk Toko Nufus.

Kata kunci : E-Commerce Toko NUFUS (Accessories) Talang Padang

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Toko Nufus (Accessories) Talangpadang merupakan sebuah pusat tempat penjualan accessories di Banding Agung Kec. Talangpadang Kab. Tanggamus, yang didalamnya terdiri dari toko-toko Banding Agung. Toko Nufus (Accessories) ini menyediakan tempat bagi toko-toko Accessories di banding agung untuk melakukan kegiatan perdagangan, khususnya accessories. Kegiatan jual beli di Toko Nufus (Accessories) sangat bergantung pada jumlah konsumen yang berkunjung. Berdasarkan wawancara dengan perwakilan seluruh pemilik toko di Nufus (Accessories) Talangpadang, ada beberapa hal yang menjadi saran dari konsumen untuk Pengelola Toko Nufus (Accessories) Talangpadang yaitu mengenai media informasi dan media transaksi. Media informasi yang didapatkan oleh pengunjung adalah melalui brosur dan rekomendasi teman. Hal ini didasarkan kurang menunjang kebutuhan karena mereka tidak bisa setiap saat melakukan pengecekan produk di Toko Nufus (Accessories) Talangpadang. Para konsumen sangat senang dengan barang

yang baru terutama accessories yang sudah menjadi kebutuhan pokok masyarakat, khususnya model-model baru yang sedang menjadi trend. Selain itu dikarenakan banyaknya Toko Nufus (Accessories) Talangpadang, mengakibatkan konsumen mem-butuhkan waktu yang lama untuk mencari harga dan produk sesuai dengan kriteria konsumen.

Untuk memecahkan masalah yang terjadi, maka diperlukan suatu sistem yang dapat menangani permasalahan tersebut, salah satunya yaitu dengan membangun aplikasi e-commerce di Nufus (Accessories) Talangpadang.

Adapun maksud dan Tujuan dari penulisan jurnal ini adalah sebagai berikut :

1. Aplikasi ini memudahkan konsumen untuk mendapatkan barang yang diinginkan.
2. Proses transaksi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli dapat dilakukan secara online dari mana saja.
3. Memudahkan penjual dalam mengelola data-data laporan.
4. Setiap toko dapat mengetahui tingkat kepuasan dari konsumen atas pelayanan yang telah diberikan.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut adalah permasalahan-permasalahan yang ada pada Toko Nufus (Accessories) Talangpadang :

1. Bagaimana membuat e-commerce pada Toko Nufus (Accessories) Talangpadang?
2. Bagaimana merancang sistem informasi penjualan aksesorie Toko Nufus (Accessorie) Talangpadang melalui e-commerce kepada konsumen?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Pengolahan data penjualan Accessories di Toko Nufus (Accessories) Talangpadang.
2. Sistem dibuat dengan menggunakan Aplikasi E-Commerce

1.4 Tujuan Penelitian

“Adapun Tujuan dari penelitian ini yaitu terciptanya system informasi penjualan pada Toko Nufus (Accessories) Talangpadang”.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Memberikan kemudahan pihak Toko Nufus (Accessories) Talangpadang dalam proses pengelolaan data penjualan.
2. Mempercepat proses pengolahan data penjualan di Toko Nufus (Accessories) Talangpadang dengan system komputersasi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Sistem

Sistem adalah suatu sekumpulan komponen yang saling bekerja. Sistem merupakan sekumpulan elemen yang saling terkait atau ter padu yang dimaksudkan untuk mencapai suatu tujuan. Sistem juga mempunyai karakteristik yaitu mempunyai elemen-elemen (subsistem), batasan (*boundary*), lingkungan luar (*envirounments*), lingkungan luar (*envirounments*), lingkungan luar (*envirounments*), penghubung (*interface*), dan masukan (*input*). (Wahyu, dalam jurnal Wijaya, B. 2011).

Menurut Kadir (2009:54), sistem adalah sekumpulan elemen yang saling terkait atau terpadu yang dimaksudkan untuk mencapai suatu tujuan.

Sistem terdiri dari komponen-komponen yang saling berkaitan dan bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan. Sistem terdiri dari sistem alamiah (sistem tata surya, sistem galaksi), dan sistem yang dibuat oleh manusia (sistem komputer, sistem penjualan, sistem akuntansi). (Leman, 2012: 2).

Dari uraian di atas penulis menyimpulkan pengertian sistem adalah komponen-komponen yang saling bekerja sama antara satu komponen dengan komponen yang lain, untuk tujuan / sasaran yang akan dicapai.

2.2. Informasi

Menurut Jogiyanto, (2009:39). Informasi dapat didefinisikan sebagai hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian (*event*) yang nyata (*fact*) yang digunakan untuk pengambilan keputusan.

Informasi adalah data yang diproses dan data yang memiliki arti. (Mc. Leod, Raymond: 2011). Informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berguna dan nyata atau berupa nilai yang mempunyai arti bagi penerima.

Informasi adalah hasil dari pengolahan data menjadi bentuk yang lebih berguna yang menerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian nyata dan digunakan sebagai alat bantu dalam pengambilan suatu keputusan. (Kristanto Andri dalam jurnal Wahyudi, S. 2012).

Informasi merupakan data yang diproses kemudian diolah menjadi informasi yang digunakan dalam pengambilan keputusan.

2.3. Sistem Informasi

Sistem Informasi dapat didefinisikan sebagai sistem yang dibuat oleh manusia yang terdiri dari komponen-komponen dalam organisasi untuk mencapai tujuan yaitu penyajian informasi. (Leman : 2011: 13).

Menurut Robert A. Leitch dan K. Roscoe Davis (Dalam jurnal Indriyanto. M. W 2011). Mengatakan bahwa Sistem informasi adalah suatu sistem di dalam

suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan.

Menurut Sutabri (2010: 42), sistem Informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian yang mendukung fungsi operasi organisasi yang bersifat manajerial dengan kegiatan strategi dari suatu organisasi untuk dapat menyediakan kepada pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan.

Dari beberapa definisi di atas maka disimpulkan bahwa sistem informasi adalah komponen-komponen data yang diproses yang digunakan dalam mencapai tujuan dari Toko Nufus.

2.4. Definisi E-Commerce

Menurut Mariza Arfina dan Robert Marpaung e-commerce atau yang lebih dikenal dengan e-com dapat diartikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara online atau direct selling yang memanfaatkan fasilitas Internet dimana terdapat website yang dapat menyediakan layanan "get and deliver" (<http://r-marpaung.tripod.com/ElectronicCommerce.doc> diakses tanggal 22 April 2009).

Menurut David Baum, pengertian e-commerce adalah: "E-Commerce is a dynamic set of technologies, applications, and business process that link enterprise, consumers, and communities through electronic transactions and the electronic exchange of goods, services, and information". E-Commerce merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik (David Baum dalam Onno W. Purbo, 2009 : 2).

Definisi dari E-Commerce menurut Kalakota dan Whinston (2010) dapat ditinjau dalam 4 perspektif berikut:

1. Perspektif Komunikasi, E-Commerce adalah pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui jaringan komputer atau melalui peralatan elektronik lainnya.
2. Perspektif Proses Bisnis, E-Commerce adalah aplikasi dari teknologi yang menuju otomatisasi dari transaksi bisnis dan aliran kerja.
3. Perspektif Layanan, E-Commerce merupakan suatu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen, dan manajemen untuk memangkas biaya layanan (service cost) ketika meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman.
4. Perspektif Online, E-Commerce menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual barang ataupun informasi melalui internet dan sarana online lainnya.

E-Commerce menurut Laudon & Laudon (2010), E-Commerce adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan computer sebagai perantara transaksi bisnis. E-Commerce atau yang biasa disebut juga dengan istilah Ecom atau Emmerce atau EC merupakan pertukaran bisnis yang rutin dengan menggunakan transmisi Electronic Data Interchange (EDI), email, electronic bulletin boards, mesin faksimili, dan Electronic Funds Transfer yang berkenaan dengan transaksi-transaksi belanja di Internet shopping, Stock online dan surat obligasi, download dan penjualan software, dokumen, grafik, musik, dan lain-lainnya, serta transaksi Business to Business (B2B). (Wahana Komputer Semarang 2009).

Pada bagian ini akan dipaparkan penjelasan tentang tinjauan pustaka yang dipakai dalam pembuatan Perancangan Sistem Penjualan dan Stok Barang di Toko Nufus (Accessories) Talang Padang. Tinjauan Pustaka tersebut adalah hasil penelitian terdahulu tentang informasi hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan menghubungkan dengan masalah yang sedang diteliti.

2.5. Penjualan

Menurut Kotler (2010:457) Penjualan merupakan sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan penjualan dipenuhi, melalui pertukaran informasi dan kepentingan. Jadi konsep penjualan adalah cara untuk mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Pentingnya promosi penjualan karena promosi penjualan adalah kegiatan-kegiatan pemasaran selain personal selling, periklanan dan publisitas yang mendorong efektivitas pembelian konsumen dan pedagang dengan menggunakan alat peragaan, pameran, demonstrasi, dan sebagainya. Yang ditunjukkan untuk meningkatkan penjualan barang tertentu. Menurut Manulang (1982:201)

3. METODE PENELITIAN

3.1 Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

3.1.1. Kuesioner

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang di ketahui. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup. Dalam kuesioner tertutup responden tidak mempunyai kesempatan lain dalam memberikan jawabannya selain jawaban yang telah disediakan di dalam daftar pertanyaan tersebut. Kuesioner dibagikan kepada para konsumen berkunjung ke Toko NUFUS (Accessories) Talang Padang.

3.1.2. Wawancara

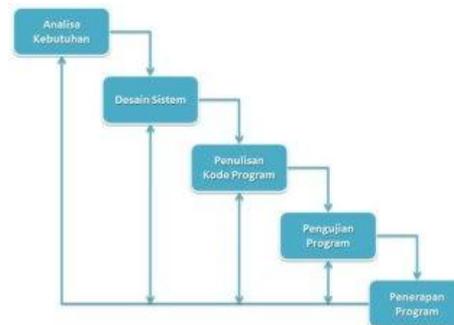
Wawancara adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para informan. Wawancara dilakukan kepada kepala petugas penjaga administrasi yang telah mengisi kuesioner untuk mendapatkan data yang lebih rinci mengenai pembayaran administrasi di Toko Nufus (Accessories) Talang Padang.

3.1.3. Observasi

Observasi dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang objek penelitian mengenai kondisi yang ada di lapangan serta mengetahui permasalahan yang terjadi di dalam layanan mengenai administrasi yang selama ini berjalan di Toko NUFUS (Accessories) Talang Padang.

3.2 Model Perancangan

Metode Waterfall adalah untuk membantu mengatasi kerumitan yang terjadi akibat proyek-proyek pengembangan perangkat lunak, sebuah model air terjun untuk memperinci apa yang seharusnya perangkat lunak lakukan (mengumpulkan dan menentukan kebutuhan sistem) sebelum sistem dikembangkan. Kemudian model ini memungkinkan pemecahan misi pengembangan yang rumit menjadi beberapa langkah logis yang pada akhirnya akan menjadi produk akhir yang siap pakai. Janner Simarmata, (2010 : 54).



Gambar 3.1. Metode Waterfall

3.3 Analisis Data

a. Analisis

Proses pengumpulan kebutuhan dilakukan secara *intensif* untuk menspesifikasikan kebutuhan perangkat lunak agar dapat dipahami perangkat lunak seperti yang dibutuhkan *oleh user*.

b. Desain

Proses multi langkah yang fokus pada *desain* pembuatan program perangkat lunak termasuk struktur data, arsitektur perangkat lunak, *representasi* antarmuka, dan *procedure* pengodean.

c. Pembuatan kode program

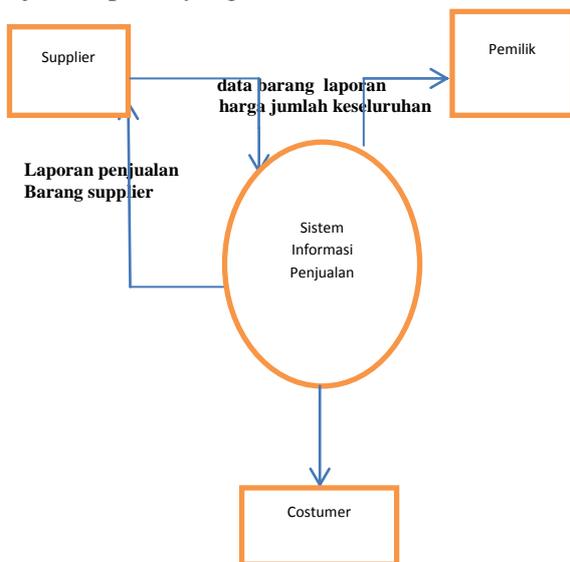
Desain harus ditranslasikan kedalam program perangkat lunak. Hasil dari tahap ini adalah program komputer sesuai dengan desain yang telah dibuat pada tahap desain.

d. Pengujian

Pengujian ini fokus pada perangkat lunak secara dari segi logik dan fungsional dan memastikan bahwa semua bagian sudah diuji.

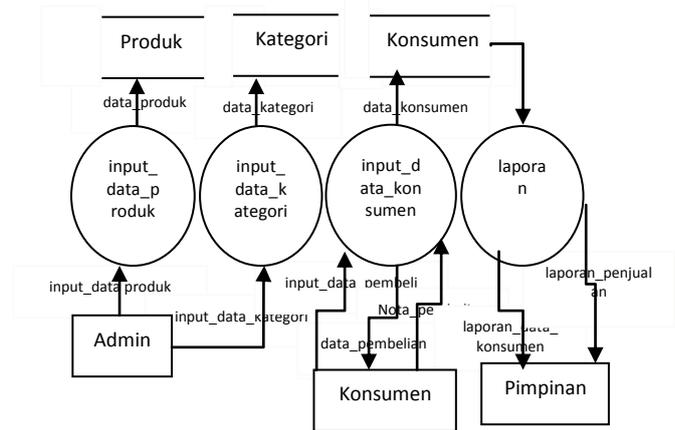
a. Diagram Konteks

Diagram konteks adalah diagram yang terdiri dari suatu proses dan menggambarkan ruang lingkup suatu sistem. Sistem dibatasi oleh boundary (dapat digambarkan dengan garis putus). Dalam diagram konteks hanya ada satu proses. Diagram konteks berisi gambaran umum (secara garis besar) sistem yang akan dibuat. Secara kalimat, dapat dikatakan bahwa diagram konteks ini berisi “siapa saja yang memberi data (dan data apa saja) ke sistem, serta kepada siapa saja informasi (dan informasi apa saja) yang harus dihasilkan sistem.” Jadi, yang dibutuhkan adalah (1) siapa saja pihak yang akan memberikan data ke sistem, (2) data apa saja yang diberikannya ke sistem, (3) kepada siapa sistem harus memberi informasi atau laporan, dan (4) apa saja isi/ jenis laporan yang harus dihasilkan sistem.



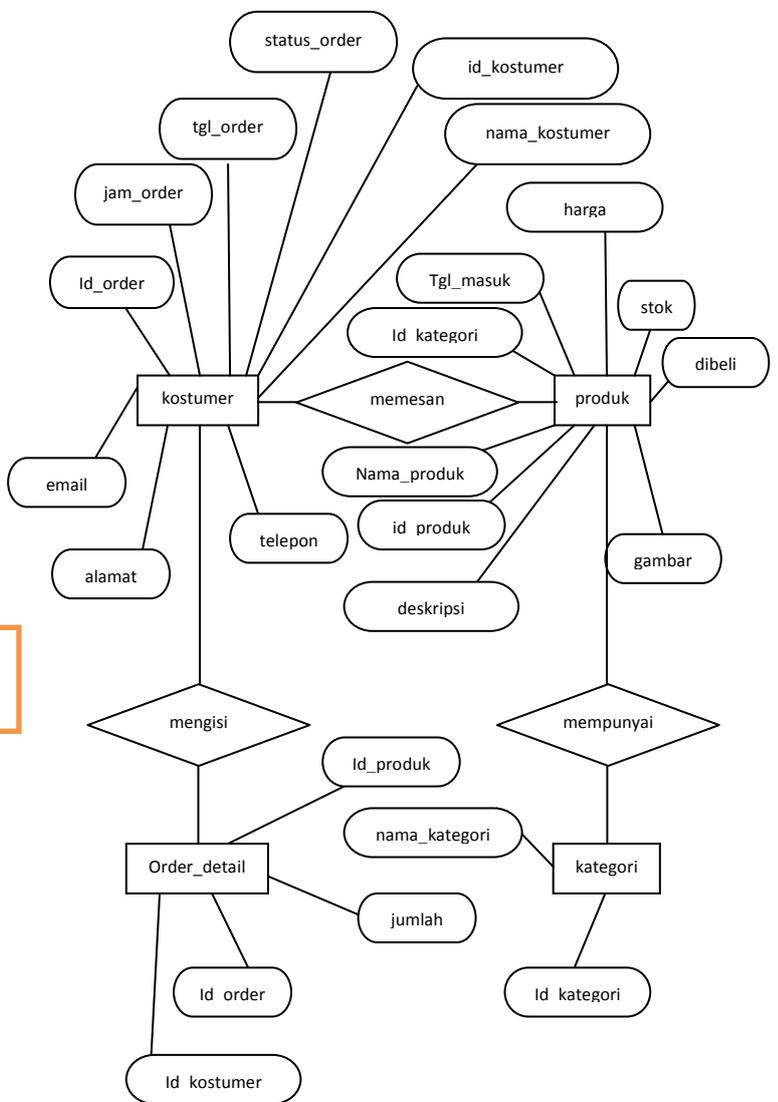
Gambar 3.1. Diagram Konteks

a. DFD Level 0



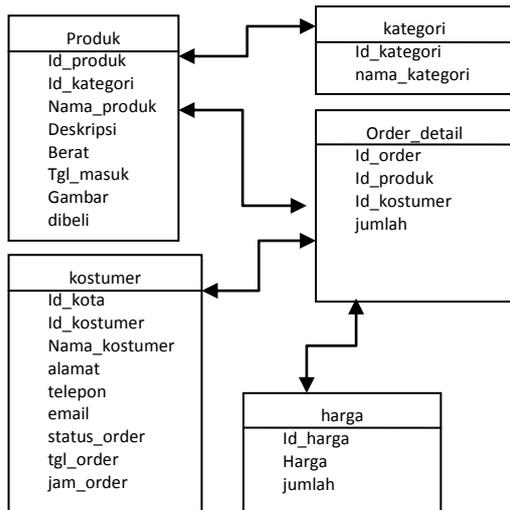
Gambar 3.2 DFD Level 0

c. Entity Relationship Diagram (ERD)



Gambar 3.3 Entitas Relasi Diagram

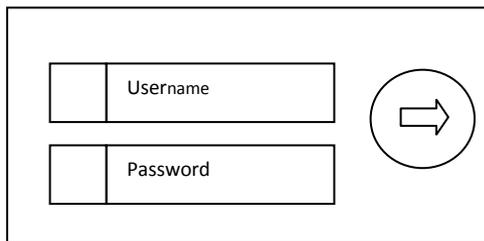
h. Relasi Tabel



Gambar 3.4 Relasi Antar Tabel

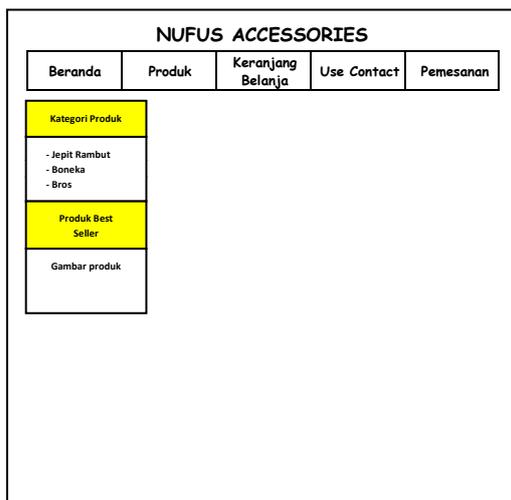
4. PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI

4.1 Perancangan Halaman Login



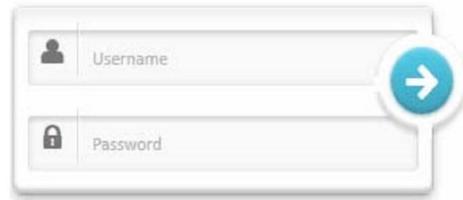
Gambar 4.1. Perancangan Halaman Login

4.2. Perancangan Halaman Menu Utama



Gambar 4.2. Perancangan Halaman Menu Utama

4.3. Implementasi Halaman Login



Gambar 4.3. Implementasi Halaman Login

4.4. Implementasi Halaman Menu Utama



Gambar 4.4. Implementasi Halaman Menu Utama

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat di ambil kesimpulan dari pembangunan situs *e-commerce* Toko Nufus (Accessories) Talangpadang sebagai berikut :

1. Dengan adanya *e-commerce* pada Toko Nufus (Accessories) Talangpadang memudahkan dalam bertransaksi dengan konsumen.
2. Dengan sistem informasi penjualan *accessorie* Toko Nufus (*Accessorie*) Talangpadang melalui *e-commerce* memudahkan dalam mempromosikan produk kepada konsumen.

5.2 Saran

Untuk meningkatkan pengembangan berikutnya dari aplikasi E-commerce dalam pembayaran pada Toko Nufus (*accessories*) Talangpadang.

Dan berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran diharapkan yaitu pemberian *desain* dan pembayaran yang tidak hanya melalui paypal dan transfer antar bank namun dapat melalui kartu kredit.

DAFTAR PUSTAKA

1. Santoso Leo Willianto, Tandarto Ronald. 2010. Aplikasi E-Commerce Dengan Intelligent Agent Software pada Optik Indo
2. Marshall. 2009. Pembangunan Aplikasi E-Commerce Pada Toko Accessories Oracle Shoes
3. Riska. 2012. *E-Commerce pada Butik Sila*. Bandung
4. Ari. 2014. *E-Commerce pada penjualan pakaian Distro Smith*. Bandung