

Implementasi Sistem Penjualan *Online* Pada Toko Samudra Jaya Ban Berbasis *E-Commerce*

Muhammad Reza Nur Toyib^{1*}, Humisar Hasugian²

^{1,2}Fakultas Teknologi Informasi, Sistem Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta Selatan, Indonesia

Email: ^{1*}mreza0320@gmail.com, ²humisar.hasugian@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak-Teknologi informasi pada saat ini sangat berkembang pesat, dimana dalam setiap keperluan dalam kehidupan seperti memudahkan masyarakat dalam beraktivitas sehari-hari. Dengan kemajuan perkembangan teknologi saat ini, penjualan berbasis *E-commerce* sangat diperlukan untuk menyajikan keperluan yang cepat dan tepat. Toko Samudra Jaya Ban merupakan toko yang bergerak dibidang otomotif yang menjual berbagai macam jenis ban seperti ban dalam, ban perut, ban vulkanisir, ban truk, ban tronton. Adapun lokasinya bertempat di Jl. Lkr. Selatan No.12, RT.2/RW.1, Suradita, Kec. Cisauk, Kabupaten Tangerang, Banten. Proses penjualan yang digunakan di Toko Samudra Jaya Ban saat ini masih menggunakan sistem manual diantaranya pelanggan harus datang langsung ke toko jika ingin berbelanja. Yang menjadi permasalahan pada Toko Samudra Jaya Ban saat ini adalah pemasaran produk yang kurang optimal, adanya keterbatasan waktu dan tempat dalam penjualan produknya, laporan penjualan belum terdokumentasi dengan baik, Pengembangan Sistem *E-Commerce* Toko Samudra Jaya Ban menggunakan tahapan-tahapan yaitu mengumpulkan data dengan metode observasi, metode wawancara, dan analisa dokumen. Berdasarkan proses bisnis yang sedang berjalan yang penulis lakukan dalam pendataan, penulis merancangnyanya Menjadi sistem proses bisnis yang diusulkan sebagai sistem informasi berbasis *e-commerce*. Untuk menangani permasalahan ini maka diperlukan *website e-commerce* berbasis *Content Management System* yang mudah digunakan. Penulis menggunakan PHP, *database MySQL* yang manajemen PHPMyAdmin. Dengan Sistem ini penulis berharap dapat membantu memasarkan produk yang baru dan juga dapat meningkatkan hasil penjualan pada toko Samudra Jaya Ban, karena dengan adanya sistem ini pelanggan dapat melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun.

Kata Kunci : sistem informasi *e-commerce*, ban, toko samudra jaya ban

Implementation Of E-Commerce-Based Online Sales System At Samudra Jaya Ban Store

Abstract-Information technology is currently growing rapidly, where in every need in life such as making it easier for people to carry out their daily activities. With the advancement of today's technological developments, *E-commerce-based* sales are needed to provide fast and precise needs. Samudra Jaya Ban Store is a shop engaged in the automotive sector that sells various types of tires such as inner tubes, belly tires, retread tires, truck tires, tronton tires. The location is located on Jl. Lkr. Selatan No.12, RT.2/RW.1, Suradita, Kec. Cisauk, Tangerang Regency, Banten. The sales process used at the Samudra Jaya Ban Store currently still uses a manual system, including customers who have to come directly to the store if they want to shop. The problem with the Samudra Jaya Ban Store at this time is that product marketing is not optimal, there are limited time and place in selling its products, sales reports have not been well documented, the development of the Samudra Jaya Ban *E-Commerce* System using the stages of collecting data by observation method, interview method, and document analysis. Based on the current business process that the author did in data collection, the author designed it into a business process proposed system in the form of an *E-Commerce-Based Information System*. To deal with this problem, an *e-commerce website* based on a *Content Management System* that is easy to use is needed. The author uses PHP, *MySQL database management PHPMyAdmin*. With this system the author hopes to help market new products and also increase sales at the Samudra Jaya Ban store, because with this system customers can make transactions anywhere and anytime.

Keywords: *e-commerce information system, tires, samudra jaya ban store*

1. PENDAHULUAN

Sejalan dengan cepatnya perkembangan dibidang teknologi saat ini berpengaruh sangat besar terhadap perilaku masyarakat. Adapun Pengaruh yang paling nyata bisa dilihat dengan terjadinya perubahan mendasar dari cara orang menggunakan komputer dan *gadget*, terutama yang dilakukan dalam dunia bisnis *E-Commerce*. *E-commerce* sendiri adalah sebuah teknologi, dimana aplikasi dan proses bisnis menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu secara elektronik melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, jasa, dan informasi. [1]. Dalam hal ini dampak dari munculnya internet yang paling terlihat yaitu dalam hal proses penjualan secara *online*. Sehingga membuat sebagian masyarakat mulai malas berbelanja atau membeli kebutuhannya dengan langsung datang ke toko, melainkan dengan memesan langsung melalui *internet*. Adapun *Internet* merupakan keseluruhan jaringan komputer yang saling terhubung satu sama lain[2]. Samudra Jaya Ban adalah sebuah toko yang menjual barang-barang seperti ban dalam, ban perut, ban vulkanisir, ban truk, ban tronton yang biasa di gunakan untuk

mengganti ban mobil yang sudah tidak layak pakai. Pada awalnya sistem penjualan pada Samudra Jaya Ban masih menggunakan proses jual secara manual yaitu dengan cara pelanggan berbelanja harus datang ke Toko Samudra Jaya Ban. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode bussiness model canvas untuk menganalisa proses bisnis yang berjalan pada toko samudra jaya ban dan juga menggunakan strategi SEO untuk mengembangkan dan meningkatkan peringkat dalam pencarian *website* di *google*. Metode *business model canvass* merupakan suatu teknik yang menjelaskan bagaimana merancang, menangkap, dan memberikan nilai dalam suatu organisasi. *Business model canvas* biasanya terdiri dari 9 elemen blok yang dirakit menjadi satu kesatuan yang menggambarkan proses visualisasi secara sederhana[3]. Sedangkan *SEO* merupakan Upaya yang dilakukan oleh seorang pebisnis agar *website* atau *blog* yang digunakan sebagai sarana promosi mendapatkan ranking yang baik di halaman mesin pencari seperti Google, Bing, Yahoo. [4]. Adapun *Website* adalah media penyebaran informasi atau media publisitas yang efektif dan efisien, selama tersambung ke jaringan *internet*, *website* dapat dijelajahi dimanapun dan kapanpun [5]. *Content Management System (CMS)* adalah sistem yang digunakan untuk mengelola pembuatan, pembaruan, dan penerbitan konten. [6]. Adapun *CMS* sendiri digunakan untuk tampilan sistem *website*.

Dengan demikian kehadiran *E-Commerce* diharapkan dapat membantu pelanggan untuk melakukan transaksi pembelian dengan lebih mudah dan efisien. Selain itu proses transaksi yang tercatat dengan baik serta proses pembuatan laporan yang tidak memakan waktu lama karena sudah menggunakan sistem. Pelanggan juga dapat mengetahui barang yang sedang tersedia serta dapat melakukan pembelian kapanpun dan dimanapun, dan juga memperluas jangkauan pemasaran dengan adanya *E-Commerce* ini.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode Pengumpulan Data

Berikut adalah metode pengumpulan data yang diambil penulis :

- a. Wawancara (*Interview*)
Penulis melakukan pengumpulan data yang di butuhkan dengan mewawancarai langsung kepada informan yaitu pemilik usaha dan karyawan untuk mengetahui Informasi tentang masalah dan kebutuhan pengguna.
- b. Pengamatan (*Observasi*)
Penulis melakukan pengamatan secara langsung ke tempat riset untuk mengetahui bagaimana proses bisnis yang terjadi pada Toko Samudra Jaya Ban.
- c. Analisis Dokumen
Pengumpulan data berupa dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian. Dan selanjutnya dokumen-dokumen tersebut akan di analisis.
- d. Studi Literatur
Penulis mempelajari dan melakukan *review* dari berbagai buku dan referensi lain yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi. Penelitian dilakukan melalui buku-buku perpustakaan dan *e-book* serta dari penelitian-penelitian sebelumnya berupa jurnal, yang digunakan sebagai bahan referensi untuk kegiatan penelitian..

2.2 Langkah-langkah Penelitian

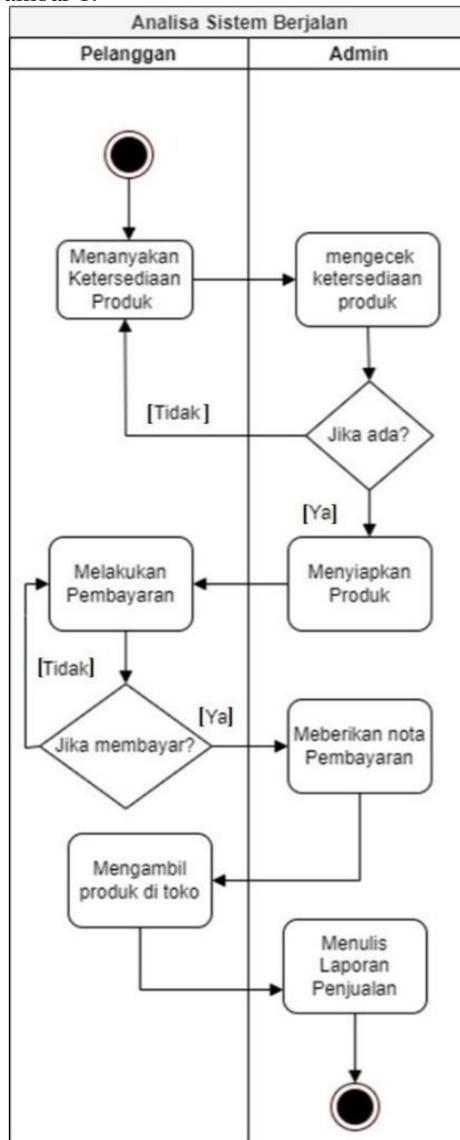
- a. Analisis Proses Bisnis
Melakukan observasi serta wawancara kepada informan yaitu pemilik usaha dan karyawan mengenai proses bisnis yang terjadi pada Toko Samudra Jaya Ban untuk mengetahui gambaran dari proses bisnis yang terjadi.
- b. Analisis Masalah
Merangkum setiap masalah yang ada pada proses bisnis Toko Samudra Jaya Ban dan memberikan masukan atau gambaran pada proses bisnis yang sudah berjalan dengan menggunakan *Activity Diagram* dan *Use Case Diagram*. Adapun *Activity diagram* digunakan untuk menggambarkan berbagai aliran aktivitas dalam sistem yang dirancang, bagaimana setiap aliran dimulai, yang memungkinkan terjadinya *decision* dan bagaimana mereka berakhir[7]. Sedangkan *Use Case Diagram* digunakan untuk menggambarkan interaksi aktor dengan sistem [8].
- c. Analisis Sistem Berjalan
Analisis masalah merupakan kegiatan untuk mengumpulkan dan meneliti penyebab timbulnya masalah. Analisis Tulang Ikan (*Fishbone Diagram*) adalah analisis yang Digunakan untuk mengkategorikan berbagai kemungkinan penyebab masalah atau materi pelajaran dengan cara yang mudah dimengerti [9].
- d. Analisis Sistem Usulan
Untuk melakukan gambaran dari rancangan ini peneliti melakukan analisa perancangan sistem secara detail untuk mengetahui kekurangan sistem. Sehingga menghasilkan rancangan sistem yang baru. Pada analisa ini *tools* yang digunakan yaitu *Class Diagram*, *Interaction Modeling Language (IFML)*, Rancangan Layar dan *Sequence Diagram*. Adapun *class diagram* digunakan untuk menggambarkan struktur suatu sistem dalam hal

mendefinisikan kelas-kelas yang membentuk sistem [10], sedangkan Fungsi metodw IFML adalah untuk membantu memfasilitasi komunikasi desain interaksi dengan pemangku kepentingan non-teknis. [11].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Proses Sistem Berjalan

Analisis proses sistem berjalan yang terjadi pada toko Samudra Jaya Ban dijelaskan dalam bentuk *Activity Diagram* yang bisa dilihat pada Gambar 1.

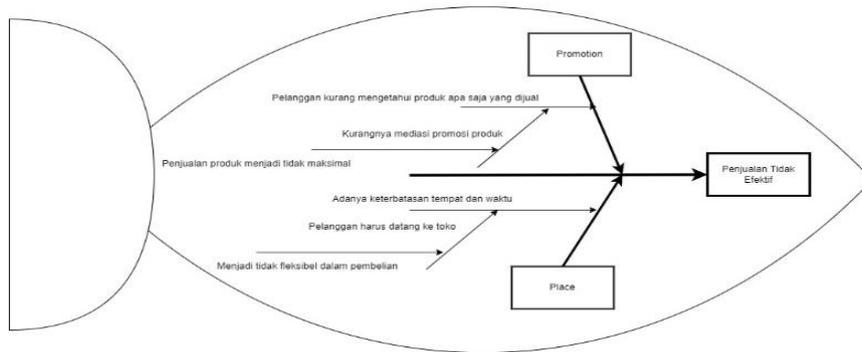


Gambar 1 Analisis Sistem Berjalan

Pada Gambar 1 Proses sistem berjalan pada toko Samudra Jaya Ban yaitu Pelanggan datang langsung ke toko atau bisa menghubungi pemilik dan admin melalui *WhatsApp* untuk menanyakan ketersediaan produk, setelah itu admin akan melakukan cek stok produk. Jika stok produk tersedia, maka admin akan mengambil produk untuk disiapkan. Lalu setelah produk disiapkan, pembeli diharuskan melakukan pembayaran kepada admin. Setelah pembeli melakukan pembayaran, maka admin akan memberikan nota ataupun bukti pembayaran kepada pembeli. Setelah diberikan nota, pelanggan bisa langsung pulang membawa produk yang telah dibeli. Dan setelah produk dibawa pulang oleh pelanggan, admin akan menulis laporan penjualan dibuku yang nantinya akan dilaporkan kepada pemilik usaha.

3.2 Analisis Masalah

Dalam menganalisis masalah pada toko Samudra Jaya Ban, peneliti menggunakan *fishbone diagram* untuk menganalisa masalah bisa dilihat pada Gambar 2.

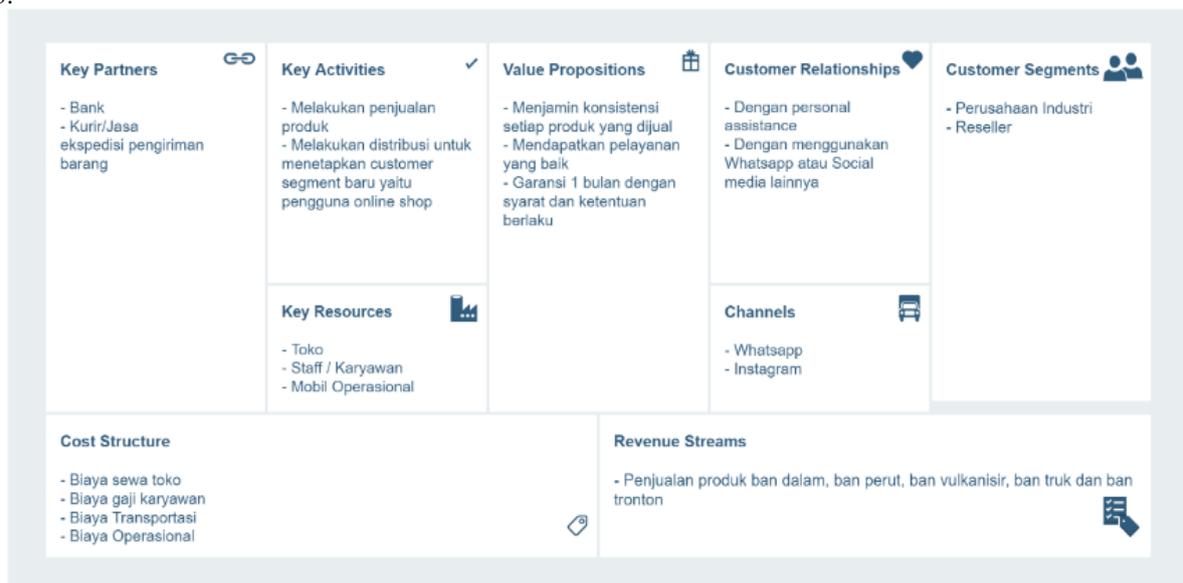


Gambar 2 Fishbone Diagram

Pada Gambar 2 berdasarkan analisis *Fishbone diagram*, masalah yang terjadi pada toko Samudra Jaya Ban yaitu Pelanggan kurang mengetahui produk apa saja yang dijual dikarenakan kurangnya media promosi yang menyebabkan penjualan produk menjadi tidak maksimal. Dan juga adanya keterbatasan tempat dan waktu sehingga pelanggan harus datang ke toko jika ingin membeli produk, yang menjadikan tidak fleksibelnya dalam proses pembelian produk.

3.3 Business Model Canvas

Analisa model bisnis yang digunakan pada toko samudra jaya ban dijelaskan dalam bentuk *business model canvas* yang terdiri dari 9 elemen yaitu *Key Partners*, *Key Activities*, *Value Propositions*, *Customer Relationship*, *Customer Segments*, *Key Resources*, *Channels*, *Cost Structure* dan *Revenue Streams*. Dapat dilihat pada Gambar 3.

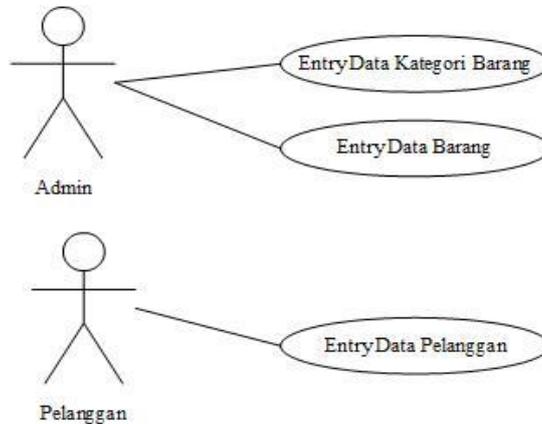


Gambar 1 Business Model Canvas

Pada Gambar 3 Bussinnes Model Canvas terdiri dari *key partners* yang berisi bank, dan jasa kurir ekspedisi. *Key activities* melakukan penjualan produk, melakukan distribusi untuk menetapkan customer segment baru yaitu pengguna online shop, *value propotion* nilai dan manfaat yang diberikan toko Samudra Jaya Ban adalah menjamin konsistensi setiap produk yang dijual, mendapatkan pelayanan yang baik, garansi 1 bulan dengan syarat dan ketentuan berlaku. *customer relationships* pendekatan yang dilakukan toko samudra jaya ban kepada customernya yaitu dengan personal assistance, dengan menggunakan whatsapp dan social media lainnya. *Customer segments* toko samudra jaya ban yaitu perusahaan industri dan reseller. *Key resources* toko samudra jaya ban memiliki toko, karyawan, mobil untuk operasional. *Channels* toko samudra jaya ban yaitu melakukan promosi menggunakan whatsapp dan Instagram. *Cost structure* toko samudra jaya ban mengeluarkan biaya untuk sewa toko, membayar gaji karyawan, membayar biaya transportasi dan membayar biaya operasional. *Revenue streams* pendapatan yang diperoleh toko samudra jaya ban yaitu hasil dari penjualan ban dalam, ban peret, ban vulkanisir, ban truk dan ban tronton.

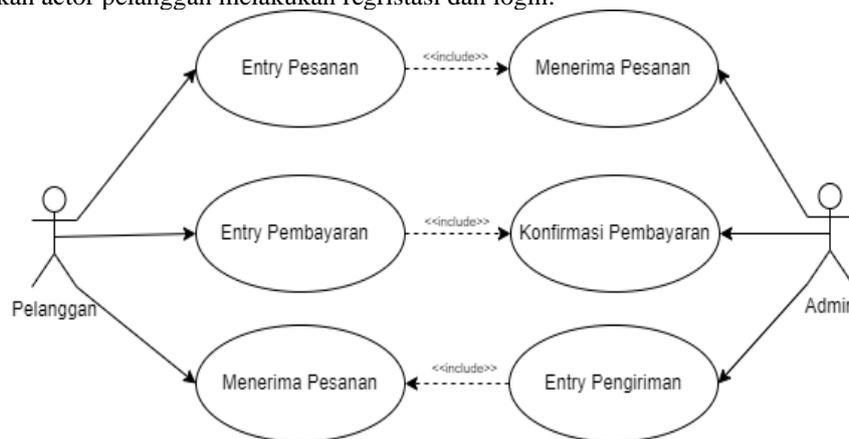
3.4 Use Case Diagram

Analisis proses bisnis pada toko samudra jaya ban dilakukan dengan cara menguraikan proses bisnis yang berlangsung pada toko samudra jaya ban yang digambarkan dalam bentuk use case diagram terlihat pada Gambar 4, 5 dan 6



Gambar 4 Use Case Diagram Master

Pada Gambar 4 memiliki actor admin dan pelanggan yang memiliki fungsi untuk mengelola produk dan kategori sedangkan actor pelanggan melakukan registrasi dan login.



Gambar 5 Use Case Diagram Transaksi

Pada Gambar 5 Actor pelanggan melakukan entry pemesanan, entry pembayaran dan menerima pesanan. Sedangkan actor admin bertugas melakukan menerima pesanan, mengkonfirmasi pembayaran dan entry pengiriman.

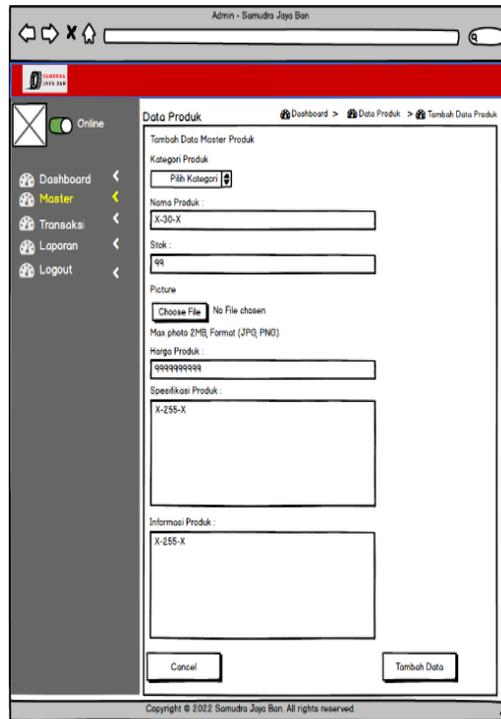


Gambar 6 Use Case Diagram Laporan

Pada Gambar 6 Actor admin memiliki fungsi dalam pembuatan laporan yang nantinya akan diserahkan kepada pemilik toko samudra jaya ban.

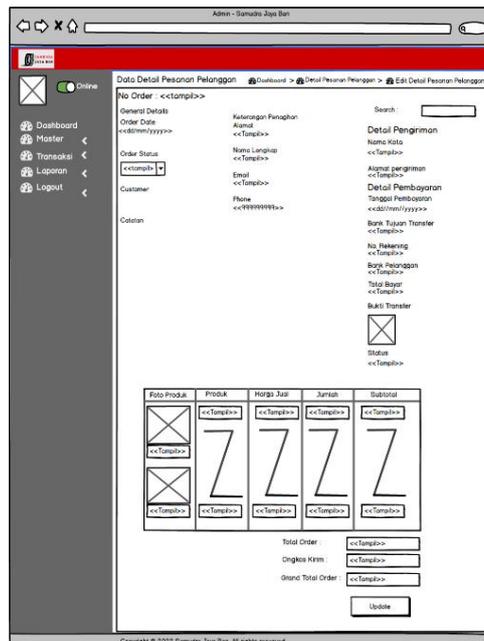
3.5 Rancangan Antarmuka

Rancangan Antarmuka atau rancangan layar pada toko samudra jaya ban seperti terlihat pada Gambar 7 dan 8:



Gambar 7 Rancangan Layar Tambah Produk

Pada Gambar 7 merupakan tampilan dari halaman website bagian sisi pelanggan yang berfungsi untuk menambahkan produk yang ingin dibeli, jumlah produk, serta keterangan pesanan pada saat ingin membeli pesanan pada toko samudra jaya ban.

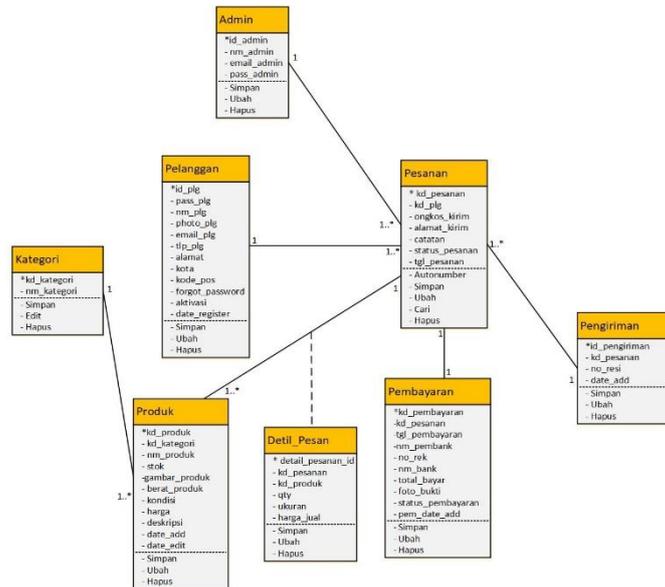


Gambar 8 Rancangan Layar Detail Ulasan

Pada Gambar 8 merupakan tampilan dari halaman website dari sisi admin yang dimana terdapat informasi mengenai ulasan yang sudah dilakukan oleh pelanggan.

3.6 Class Diagram

Class diagram pada penelitian ini merupakan hasil keluaran dari database *wordpress* yang bisa dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9 Class Diagram

Pada Gambar 9 menampilkan *Class Diagram* admin, pelanggan, pesanan, kategori, produk, detil pesan, pembayaran dan pengiriman yang sesuai dengan kebutuhan sistem.

3.7 Strategi SEO

Sangat diperlukan strategi SEO untuk keberlangsungan Usaha bisnis penjualan produk termasuk penjualan produk utama yang ditawarkan oleh Samudra Jaya Ban yaitu ban. Strategi pemasaran berfungsi untuk mengoptimalkan proses pemasaran. Adapun Strategi pemasaran penjualan produk pada toko Samudra Jaya Ban adalah :

a. Direct Marketing

Yaitu cara berbelanja produk menggunakan *internet* dimana *e-commerce* menyediakan layanan penerimaan dan distribusi dan untuk mengubah semua aktivitas pemasaran dan memotong biaya operasi untuk aktivitas penjualan. Samudra Jaya Ban dapat dengan mudah menjualkan produknya dan para pelanggan tanpa harus mengunjungi secara langsung dapat melihat harga, bentuk, dan spesifikasi produk dengan lengkap.

b. Up Selling

Apabila pelanggan telah memilih produk yang dibutuhkan, maka selanjutnya pelanggan akan diberikan beberapa pilihan produk terlaris. Samudra Jaya Ban mencoba melakukan *Up Selling* kepada pelanggan untuk membeli lebih banyak produk dengan cara menawarkan produk yang lebih baik dan lebih mahal..

c. Cross Selling

Dengan menggunakan sistem *e-commerce* pada Samudra Jaya Ban pelanggan dapat mudah untuk memesan ban ataupun produk yang disediakan Samudra Jaya Ban. Dan juga dapat meningkatkan pendapatan karena dapat menjual produk lain ke pelanggan yang sama dengan cara melakukan *cross selling* yang baik.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada toko Samudra Jaya Ban maka dapat diambil kesimpulan dengan adanya penerapan sistem *E-Commerce* ini dapat memudahkan pelanggan yang tadinya tidak tahu produk apa saja yang dijual karena kurangnya media promosi, sekarang tidak perlu khawatir karena bisa langsung mengakses situs web yang didalamnya terdapat fitur data dan detail produk yang dapat memudahkan pelanggan. Dengan adanya penerapan sistem *E-Commerce* ini dapat memudahkan pelanggan yang tadinya ingin membeli produk harus datang langsung ke toko, sekarang tidak perlu datang ke toko lagi karena bisa langsung mengakses situs *web* dengan mudah oleh siapapun dan dimanapun tanpa adanya keterbatasan tempat dan waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] K. Kasmi and A. N. Candra, “Penerapan E-commerce Berbasis Business to Consumers untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu,” *J. Aktual*, vol. 15, no. 2, p. 109, Dec. 2017, doi: 10.47232/aktual.v15i2.27.
- [2] M.Arfa Andika Candra and Ika Artahalia Wulandari, “Sistem Informasi Berprestasi Berbasis Web Pada SMP Negeri 7 Kota Metro,” *Mhs. Ilmu Komput.*, vol. 01, no. 01, Mar. 2021.
- [3] Krisdayanti Sinaga, Tri Wahyudi, and Febri Prima, “Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Business Model Canvas dan Analisis SWOT (Studi Kasus: di Toko Kue X),” *TIN Univ. Tanjungpura*, vol. 5, no. 1, 2021.
- [4] Ibrahim Bali Pamungkas, Alvin Praditya, Nanda Rodiyana, Guruh Dwi Pratama, and Yuli Wahyudi, “Pemanfaatan Search Engine Optimization (SEO) Untuk Meningkatkan Penjualan Online,” *ABDI LAKSANA*, vol. 2, no. 3, 2021.
- [5] Daniel Dido Jantce TJ Sitinjak, Maman, and Jaka Suwita, “Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Administrasi Kursus Bahasa Inggris pada Intensive English Course di Ciledug Tangerang,” *IPSIKOM*, vol. 08, no. 01, Jun. 2020.
- [6] D. R. Wardhani, A. Adhityo Kuncoro, and D. Parulian, “Pemanfaatan Content Management System (CMS) di Masyarakat Lingkungan RW.02 Depok.,” *TRIDHARMADIMAS J. Pengabd. Kpd. Masy. Jayakarta*, vol. 1, no. 2, p. 63, Dec. 2021, doi: 10.52362/tridharmadimas.v1i2.597.
- [7] T. B. Kurniawan and Syarifuddin, “Perancangan Sistem Aplikasi Pemesanan Makanan dan Minuman pada Cafeteria No Caffe di Tanjung Balai Karimun Menggunakan Bahasa Pemograman,” *TIKAR*, vol. 1, no. 2, 2020.
- [8] F.- Sonata, “Pemanfaatan UML (Unified Modeling Language) Dalam Perancangan Sistem Informasi E-Commerce Jenis Customer-To-Customer,” *J. Komunika J. Komunikasi, Media dan Inform.*, vol. 8, no. 1, p. 22, Jun. 2019, doi: 10.31504/komunika.v8i1.1832.
- [9] Abdul Muhsyi, Salma Fauziyyah, Khanifatul Khusna, and Alif Mirzania, “Model Distribusi Kerajinan Kreatif Jember Menuju Pasar Internasional,” *Bisma J. Bisnis dan Manaj.*, vol. 15, no. 1, pp. 75–85, 2021.
- [10] Muhamad Tabrani, Suhardi, and Hananda Priyandaru, “Sistem Informasi Manajemen Berbasis Website pada UNL Studio Dengan Menggunakan Framework Codeigniter,” *J. Ilm. M-PROGRESS*, vol. 11, no. 1, Jan. 2021.
- [11] S. P. Suryanto, T. J. Pattiasina, and A. Soetarmono, “Perancangan dan Pengembangan Toko Online dengan Metode Interaction Flow Modeling Language (Studi Kasus Toko Winata),” *Teknika*, vol. 6, no. 1, pp. 7–18, Nov. 2017, doi: 10.34148/teknika.v6i1.60.