

Perancangan E-Commerce Pada Victory Collection Berbasis Web

Narti Eka Putria^{a,*}, Nurul Azwanti^b

^{ab}Universitas Nagoya Indonesia, Kota Batam

*nartiekaputria@gmail.com, nurulazw21@gmail.com

Abstract:

Along with developments in technology, companies are increasingly required to use advanced technology as a tool or media to survive and win the competition. The impact on the aspect of competition is the formation of an increasingly strong competition. The purpose of this research is to know how to design sales system at Victory Collection using web system; And to know how to optimize the sales system more effectively and efficiently at Victory Collection; As well as to find out how the solution to increase sales using a manual into a web-based system at Victory Collection. By using Waterfall Process Model method, all the system details that have been running and the system that will be proposed will be arranged and implemented to optimize the promotion and sales of existing products at Victory Collection. The Waterfall Process approach or method is a systematic and sequential systematic development model that starts at the level and progress of the system in all stages such as analysis, design, code, testing, and maintenance. This model covers activities such as engineering and modeling of information systems, needs analysis, design, coding, maintenance, and testing. The design of this information system is limited only to the food and beverage sales system. The results of this system is expected to minimize damage and loss of sales data and ordering goods at Victory Collection; And this system is expected to help facilitate the search and presentation of goods data at Victory Collection; And this system is expected to increase the sales ratio at Victory Collection.

Keywords. Design, Information Systems, Sales.

Abstrak:

Bersamaan dengan perkembangan teknologi, perusahaan semakin diharuskan untuk menggunakan teknologi canggih sebagai alat atau media untuk bertahan dan memenangkan persaingan. Dampaknya pada aspek persaingan adalah terbentuknya persaingan yang semakin kuat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara merancang sistem penjualan di Victory Collection menggunakan sistem web; Dan untuk mengetahui cara mengoptimalkan sistem penjualan dengan lebih efektif dan efisien di Victory Collection; Serta untuk mencari tahu bagaimana solusi untuk meningkatkan penjualan dari yang awalnya manual menjadi sistem berbasis web di Victory Collection. Dengan menggunakan metode Model Proses Waterfall, semua rincian sistem yang telah berjalan dan sistem yang akan diusulkan akan diatur dan diimplementasikan untuk mengoptimalkan promosi dan penjualan produk yang ada di Victory Collection. Pendekatan atau metode Proses Waterfall adalah model pengembangan sistem yang sistematis dan berurutan, yang dimulai dari tahap awal dan berlanjut ke semua tahapan sistem seperti analisis, desain, kode, pengujian, dan pemeliharaan. Model ini mencakup kegiatan seperti rekayasa dan pemodelan sistem informasi, analisis kebutuhan, desain, pemrograman, pemeliharaan, dan pengujian. Desain sistem informasi ini dibatasi hanya pada sistem penjualan makanan dan minuman. Hasil dari sistem ini diharapkan dapat meminimalkan kerusakan dan kehilangan data penjualan serta pemesanan barang di Victory Collection; Dan sistem ini diharapkan dapat membantu mempermudah pencarian dan presentasi data barang di Victory Collection; Dan sistem ini diharapkan dapat meningkatkan rasio penjualan di Victory Collection.

Kata kunci: Perancangan, Sistem Informasi, Penjualan

1. Pendahuluan

Seiring berkembangnya zaman bidang teknologi, perusahaan-perusahaan semakin tertantang dalam menggunakan teknologi sebagai alat atau media untuk tetap bertahan dan memenangkan persaingan yang makin hari makin ketat dan keras. Internet merupakan salah satu media yang tidak asing lagi bagi kehidupan masyarakat di Indonesia bahkan di dunia. Akhir-akhir ini penggunaan internet yang menjurus kepada cyberspace kelihatan akan mendominasi seluruh kegiatan di dunia ini dan akan menjadi alat media untuk persaingan antara perusahaan yang satu dengan yang lain. Globalisasi ekonomi juga membuat perubahan menjadi konstan, pesat, radikat dan serentak. Sehingga perusahaan harus memiliki kemampuan bersaing dengan para kompetitor.

Penjualan suatu product melalui internet berbasis web adalah untuk memudahkan pekerjaan dengan biaya rendah dan menghubungkan banyak orang, dari berbagai tempat diseluruh dunia. Seorang yang mempunyai alamat internet (internet address) dapat berinteraksi dengan menggunakan komputer lain dalam suatu jaringan, kapan dan dimana saja. Keterhubungan global (global connectivity) melalui internet dan kemudahan penggunaan akses kepada dunia bisnis maupun perorangan yang secara normal akan sulit dilakukan.

Perusahaan bisnis perdagangan maupun perorangan dapat secara langsung menghubungi kepada pemasok, rekan bisnis, atau pelanggan dengan biaya rendah, meskipun terletak sangat jauh secara geografis. Selain itu dapat mencari outlet baru untuk memasarkan product atau jasa yang ditawarkan secara lebih luas dan internet memfasilitasi transaksi silang batas (cross-border transactions). Web merupakan antar muka (interface) standart dengan media internet dan memungkinkan akses global dengan murah. Berkaitan dengan perdagangan perilaku bisnis apapun, banyak yang telah beralih melalui internet dalam hal promotion, marketing, sampai dengan transaksi penjualan.

Perubahan yang terjadi pada internet merupakan salah satu pemandangan yang paling menarik dalam kemajuan teknologi yang terjadi sekarang ini. Salah satunya adalah munculnya electronic commerce (e-commerce) dalam lingkungan bisnis. Dalam kehidupan sehari-hari e-commerce sudah menguasai berbagai bisnis area disetiap kegiatan. Dengan ini memudahkan para konsumen untuk dapat melakukan transaksi jual beli tanpa harus dating ketempatnya.

Victory Collection adalah salah satu toko yang menjual tas dan sepatu yang ada di Kota Batam dengan alamat Penuin Center Blok. I

No.1-2, Kota Batam, Kepulauan Riau, Indonesia. Toko Victory Collection ini merupakan toko yang cukup terkenal di Kota Batam dan dapat bersaing dengan toko lainnya, seperti : Lavender Collection, MJM Collection, JJ Collection, JM Collection.

Dalam kegiatannya perusahaan ini masih menggunakan konvensional pada saat konsumen ingin memesan produk. Konsumen masih harus menggunakan jasa marketing dalam memesan desain produk yang mereka inginkan. Kadang pesan informasi yang sering disampaikan sama antara marketing ke pihak desain produk sering tak sama karena tidak punya bukti yang valid tanpa bukti yang tertulis sehingga menimbulkan proses transaksi yang berulang-ulang dan membutuhkan waktu yang lama.

Belum adanya media pemasaran secara online menambah masalah yang ada pada Victory Collection. Seperti saat ini sebuah perusahaan kurang kompetitif jika tidak memiliki media pemasaran online seperti website. Mengakibatkan perusahaan tersebut kurang dikenal banyak orang. Dengan demikian masalah yang dihadapi oleh Victory Collection tersebut maka dibutuhkan sebuah website dapat membantu menyampaikan informasi produk dan harga secara detail kepada konsumen. Selain itu dengan website juga akan mempermudah konsumen untuk dapat informasi kapan dan dimana saja. Suatu website akan menjelaskan bagaimana proses perusahaan dalam melakukan kegiatannya sehingga dapat ditampilkan waktu pemesanan dan waktu yang dibutuhkan untuk mengirimkan pesanan hingga sampai ke tangan pelanggan yang memesaan.

Sistem informasi berbasis web ini diharapkan dapat mempercepat proses penyampaian informasi daftar barang dengan murah. Untuk itu Victory Collection membutuhkan kehadiran sebuah sistem yaitu website. Hal ini sangatlah penting karena keberadaan suatu website dapat menyampaikan informasi produk yang terbaru, produk yang lama, ketersediaan barang dan juga kecepatan informasi dan harga secara terperinci kepada pelanggan. Penyampaian laporan menyangkut jumlah pelanggan, jumlah permintaan barang Selain itu melalui website akan dapat menampilkan informasi yang dibutuhkan oleh pimpinan secara cepat. Victory Collection Batam untuk dijadikan bahan penelitian penulis Usulan Penelitian dengan judul : "Perancangan E-Commerce Pada Victory Collection Berbasis Web".

2. Kajian Pustaka

A. Sistem Informasi

Menurut (Jogiyanto, 2005) dalam (Natalius *et.al*, 2014), 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 dari laporan-laporan yang diperlukan.

Menurut (Whitten, 2004) *dalam* (Natalius *et.al*, 2014), sistem informasi adalah pengaturan orang, data, proses dan *Information Technology* (IT)/ teknologi informasi yang berinteraksi untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan dan menyediakan sebagai *output* informasi yang diperlukan untuk mendukung sebuah organisasi.

Suatu sistem pada dasarnya adalah sekelompok unsur yang erat hubungannya satu dengan yang lain, yang berfungsi bersama-sama untuk mencapai tujuan tertentu. (Sutabri, 2007 *dalam* Aris *et.al*, 2016)

Beberapa definisi mengenai arti dari perancangan sistem antara lain adalah desain sistem dapat didefinisikan sebagai penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi. (Fatta, 2007 *dalam* Aris *et.al*, 2016)

Bahwa Model umum sebuah sistem adalah *input*, proses dan *output*. Hal ini merupakan konsep sebuah sistem yang sangat sederhana sebab sebuah sistem dapat mempunyai beberapa masukan dan keluaran. Selain itu, sebuah sistem memiliki karakteristik atau sifat-sifat tertentu, yang mencirikan bahwa hal tersebut bisa dikatakan sebagai suatu sistem. (Kusrini, 2007 *dalam* Aris *et.al*, 2016)

Jadi dapat disimpulkan bahwa sistem informasi adalah gabungan dari sistem yang berupa teknologi yang mengolah informasi untuk kegunaan dan membantu aktivitas bisnis dari pemakai sistem informasi.

(Abdul, 2003) *dalam* (Fitri *et.al*, 2016) menyatakan "sistem informasi mencakup sejumlah komponen (manusia, komputer, teknologi informasi, dan prosedur kerja), ada sesuatu yang diproses (data menjadi informasi), dan dimaksudkan untuk mencapai suatu sasaran atau tujuan".

Sistem informasi pemasaran adalah sistem informasi yang menyediakan informasi yang dipakai oleh fungsi pemasaran. Sistem ini mendukung keputusan yang berkaitan dengan pemasaran, yang mencakup produk (barang dan jasa) yang perlu ditawarkan, tempat yang menjadi sasaran pemasaran, promosi yang perlu dilakukan dan harga produk (Fitri *et.al*, 2016).

Analisis sistem merupakan penguraian dari suatu sistem informasi yang utuh ke dalam bagian-bagian komponennya dengan maksud

untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan-permasalahan, kesempatan-kesempatan, hambatan-hambatan yang terjadi dan kebutuhan-kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikannya (Himawan *et.al*, 2014).

Nilai dari informasi (*value of information*) ditentukan dari dua hal, yaitu manfaat dan biaya mendapatkannya. "Suatu informasi dikatakan bernilai bila manfaatnya lebih efektif dibandingkan dengan biaya mendapatkannya. Kegunaan informasi yaitu untuk mengurangi hal ketidak pastian di dalam proses pengambilan keputusan tentang suatu keadaan" (Fatta, 2007 *dalam* Aris *et.al*, 2016)

Data adalah bahan mentah yang diproses untuk menyajikan informasi. Dan data juga "suatu istilah majemuk yang berarti fakta atau bagian dari fakta yang mengandung arti yang dihubungkan dengan kenyataan, simbol, gambar, angka, huruf atau simbol yang menunjukkan suatu ide, objek, kondisi, atau situasi" (Nugroho, 2008 *dalam* Aris *et.al*, 2016)

Menurut (Jogiyanto, 2001) *dalam* (Sugara, 2011) Sistem informasi adalah suatu sistem yang dibuat oleh manusia yang terdiri dari komponen – komponen dalam organisasi untuk mencapai suatu tujuan yaitu menyajikan informasi. Sistem Informasi adalah seperangkat komponen yang saling berhubungan yang berfungsi mengumpulkan, memproses, menyimpan dan mendistribusikan informasi untuk mendukung pembuatan keputusan dan pengawasan dalam organisasi.

Ada beberapa hal yang termasuk komponen Sistem Informasi yaitu (Jogiyanto, 2001 *dalam* Sugara, 2011):

- 1) Blok masukan yaitu: *Input* mewakili data yang masuk ke dalam sistem informasi.
- 2) Blok model yaitu: Blok ini terdiri dari kombinasi prosedur, Blok ini terdiri dari kombinasi prosedur, logika dan model matematik yang akan memanipulasi data *input* dan data yang tersimpan di basis data dengan cara yang sudah tertentu untuk menghasilkan keluaran yang diinginkan.
- 3) Blok keluaran yaitu: Produk dari sistem informasi adalah keluaran yang merupakan informasi yang berkualitas dan dokumentasi yang berguna untuk semua tingkatan manajemen serta semua pemakai sistem.
- 4) Blok teknologi yaitu: Teknologi merupakan "kotak alat" (*tool box*) dalam sistem informasi. Gunanya untuk menerima *input*, menjalankan model, menyimpan dan mengakses data, menghasilkan dan mengirimkan keluaran dan membantu pengendalian dari sitem secara keseluruhan.

- 5) Blok basis data yaitu: Basis data (*database*) merupakan kumpulan dari data yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya, tersimpan di perangkat keras komputer dan digunakan perangkat lunak untuk memanipulasinya.
- 6) Blok kendali yaitu: Beberapa pengendalian perlu dirancang dan diterapkan untuk meyakinkan bahwa hal-hal yang dapat merusak sistem dapat dicegah ataupun bila terlanjur terjadi kesalahan-kesalahan dapat langsung cepat diatasi.

B. Penjualan

Pengertian penjualan menurut (Kotler, 2013): "Penjualan merupakan sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjualan dipenuhi, melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan", jadi konsep penjualan adalah cara untuk mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Konsep penjualan adalah gagasan bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk perusahaan kecuali jika perusahaan tersebut melakukan usaha penjualan dan promosi dalam skala besar (Kotler, 2013).

Pentingnya promosi penjualan karena promosi penjualan adalah kegiatan kegiatan penjualan selain personal selling, periklanan dan publisitas yang mendorong efektifitas pembelian konsumen dan pedagang dengan menggunakan alat peragaan, pameran, demonstrasi dan sebagainya yang ditujukan untuk meningkatkan penjualan barang tertentu. Menurut (Kotler, 2013) "Bahwa menjual karier dengan gaji besar dan sangat memuaskan yang membutuhkan komitmen tinggi dan kecepatan kerja. Namun yang paling ditakuti dari siklus penjualan adalah mencari prospek atau *prospecting*"

Dan menurut (Kotler, 2013) "pengukuran aktifitas penjualan adalah merupakan langkah awal untuk memaksimalkan produktivitas tenaga penjualan, Penjualan perusahaan diukur dari daerah yang dikuasainya, termasuk melakukan adopsi dari diri tenaga penjualan"

Menurut (Kotler, 2013) Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba.

Menurut (Simamora, 2012) Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik

mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan.

Aktivitas penjualan merupakan pendapatan utama perusahaan karena jika aktivitas penjualan produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik maka secara langsung dapat merugikan perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena sasaran penjualan yang diharapkan tidak tercapai dan pendapatan pun akan berkurang.

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah persetujuan kedua belah pihak antara penjual dan pembeli, dimana penjual menawarkan suatu produk dengan harapan pembeli dapat menyerahkan sejumlah uang sebagai alat ukur produk tersebut sebesar harga jual yang telah disepakati.

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pemebel, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba (Kotler, 2013). Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Menurut (Simamora, 2012), penjualan adalah suatu transfer hak atas benda-benda. Dari penjelasan tersebut dalam memindahkan atau mentransfer barang dan jasa diperlukan orang-orang yang bekerja dibidang penjualan seperti pelaksanaan dagang, agen, wakil pelayanan dan wakil penjualan. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Kondisi dan kemampuan penjual
 Faktor yang perlu diperhatikan adalah:
 - a. Jenis dan karakteristik barang dagang yang akan ditawarkan
 - b. Harga barang
- 2) Kondisi Pasar
 Faktor yang perlu diperhatikan adalah:
 - a. Jenis pasar seperti pasar tradisional, dan pasar industri
 - b. Segmentasi pasar atau pembagian pasar
 - c. Frekwensi pembayaran
 - d. Keinginan dan kemampuan
- 3) Modal
 Perusahaan yang bidang usahanya cukup besar akan membagi-bagi bagian yang ada seperti: bagian penjualan, dibandingkan dengan perusahaan yang masih kecil, semua pekerjaan dapat dilakukan oleh satu orang. Sehingga bagi perusahaan yang besar memerlukan modal yang besar untuk usahanya seperti untuk promosi produk yang dihasilkan.

- 4) Kondisi Organisasi Perusahaan
 Faktor yang perlu diperhatikan adalah bagaimana manajemen perusahaan baik itu struktur organisasi dan pendelegasian tugas dan wewenang.
- 5) Faktor-faktor Lain
 Faktor lain yang perlu juga untuk diperhatikan yaitu : periklanan, peragaan produk, kampanye, pemberian hadiah dan lain-lain.

Pada umumnya situasi penjualan mencakup 5 (lima) macam aktivitas, adapun aktivitas-aktivitas tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Tahap Persiapan (*Preparation*). Kegiatan yang dilakukan untuk mempersiapkan tenaga kerja penjualan (*sales*) dengan memberikan pengertian tentang produk yang dijual, pasar yang dituju dan teknik penjualan yang harus dipakai.
- b) Penentuan Pembeli Potensial dan Lokasi (*Potential and location buyer*). Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan data yang lalu atau sekarang, sehingga penjual dapat menentukan karakteristiknya seperti lokasi dari pembeli potensial. Dengan demikian dapat dibuat suatu daftar tentang konsumen yang secara logis merupakan pembeli potensial dari produk yang ditawarkan.
- c) Melakukan Pendekatan (*Personal Approach*). Setelah calon pembeli diketahui maka perlu diadakan suatu pendekatan yang berguna untuk mengetahui produk/merek yang sedang mereka gunakan, biasanya akan mempertemukan penjual dengan pembeli. Daya tarik fisik penjual, sikap dan kredibilitasnya merupakan pengaruh-pengaruh primer sewaktu terjadi pendekatan dengan calon pembeli.
- d) Penjualan (*Sales*). Dalam melakukan penjualan seorang penjual (*sales*) akan mempertimbangkan bagaimana cara-cara menarik perhatian pembeli dan diharapkan akan menimbulkan minat dan hasrat bagi pembeli potensial tersebut untuk memiliki produk yang ditawarkan yang akhirnya pembeli potensial akan memutuskan atau mengambil tindakan pembelian produk tersebut.
- e) Pelayanan Setelah Penjualan (*Service after sales*). Pelayanan yang diberikan kepada pembeli setelah adanya proses penjualan yang biasanya dapat berupa garansi, pemberian jasa reparasi, latihan tenaga-tenaga operasi dan cara penggunaannya serta pengantaran barang sampai ketangan konsumen.

C. HTML

HTML yang mempunyai kepanjangan dari *Hyper Text Markup Language* yang merupakan pondasi awal akan terciptanya suatu aplikasi *web*, karena HTML memiliki fungsi untuk membangun kerangka ataupun format *web* yang digunakan untuk menampilkan suatu informasi kedalam halaman *web* atau *browser* (Saputra, 2012).

Menurut (Djaelangkara, 2015) *Hypertext Markup Language* (HTML) adalah sebuah bahasa markah yang digunakan untuk membuat sebuah halaman *web*, menampilkan berbagai informasi di dalam sebuah penjelajah *web internet* dan pemformatan *hiperteks* sederhana yang ditulis dalam berkas format ASCII agar dapat menghasilkan tampilan wujud yang terintegrasi. Dengan kata lain, berkas yang dibuat dalam perangkat lunak pengolah kata dan disimpan dalam format ASCII normal sehingga menjadi halaman *web* dengan perintah-perintah HTML.

HTML merupakan pengembangan dari pemformatan dokumen teks yaitu *Standard Generalized Markup Language* (SGML). HTML sebenarnya adalah dokumen ASCII atau teks biasa yang dirancang untuk tidak tergantung pada suatu *system* operasi tertentu. HTML dibuat oleh Tim Berners-Lee ketika masih bekerja untuk CERN dan dipopulerkan pertama kali oleh *browser* Mosaic Selama awal tahun 1990 HTML mengalami perkembangan yang sangat pesat. Setiap pengembangan HTML pasti akan menambahkan kemampuan dan fasilitas yang lebih baik dari versi sebelumnya (Purbadian, 2015).

D. PHP

PHP yang mempunyai kepanjangan dari *PHP Hypertext Preprocessor* merupakan bahasa pemrograman berbentuk skrip yang ditempatkan disisi *server*, sehingga php disebut juga sebagai bahasa *Server Side Scripting*, artinya bahwa dalam menjalankan php selalu membutuhkan *web server*, dan untuk melihat hasilnya menggunakan *web browser* (Purbadian, 2015).

PHP dirancang untuk membentuk tampilan *web* yang dinamis artinya php dapat membentuk suatu tampilan berdasarkan permintaan *user*, misalnya dapat mengakses *database* dan menampilkannya pada halaman *web*. php menyatu dengan kode html, namun beda kondisinya. Maksudnya adalah kode yang dibuat menggunakan html dirancang untuk membangun suatu pondasi awal dari kerangka layout *web*, sedangkan php digunakan untuk memproses data dari sisi *server*, sehingga terciptalah suatu tampilan *web* yang dinamis.

Menurut (Djaelangkara, 2015) PHP atau kependekan dari *Hypertext Preprocessor* adalah salah satu bahasa pemrograman *open source* yang sangat cocok atau dikhususkan

untuk pengembangan *Web* dan dapat di tanamkan pada sebuah skrip HTML. Bahasa PHP dapat dikatakan menggambarkan beberapa bahasa pemrograman seperti C, Java, dan Perl serta mudah untuk dipelajari.

E. MySQL

MySQL adalah sebuah perangkat lunak sistem manajemen basis data SQL (bahasa Inggris: *database management system*) atau DBMS yang *multithread*, *multiuser*, dengan sekitar 6 juta instalasi di seluruh dunia. MySQL AB membuat MySQL tersedia sebagai perangkat lunak gratis dibawah lisensi GNU *General Public License* (GPL), tetapi mereka juga menjual dibawah lisensi komersial untuk kasus-kasus dimana penggunaannya tidak cocok dengan penggunaan GPL (Pratama, 2014).

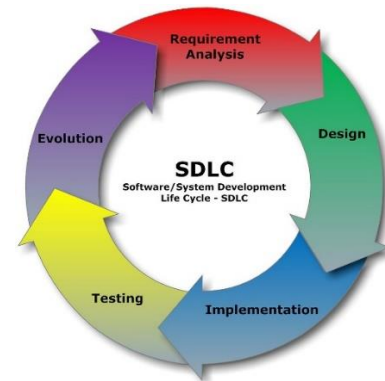
MySQL (dibaca : mai se kyu el) adalah *Multiuser database* yang menggunakan bahasa *Structured Query Language* (SQL). MySQL merupakan *software* sistem manajemen *database* (*Database Management system* – DBMS). MySQL awalnya dibuat oleh perusahaan konsultan bernama TcX yang berlokasi di Swedia. Saat ini, pengembangan MySQL berada dibawah naungan perusahaan MySQL AB (Purbadian , 2015).

Menurut (Purbadian, 2015) tinjauan luas mengenai MySQL, antara lain:

- MySQL merupakan suatu *Database Management system* (DBMS)
- MySQL adalah suatu *Relational Database Management system* (RDBMS)
- Perangkat lunak MySQL didistribusikan secara *open source*
- Database MySQL Server* sangat cepat, dapat dipercaya dan mudah digunakan
- Database Server MySQL* bekerja dalam lingkungan *client/server*
- Dukungan terhadap perangkat lunak MySQL tersebar luas dan mudah ditemukan

3. Metode penelitian

Metode penelitian adalah kegiatan untuk memperoleh fakta-fakta atau prinsip-prinsip (baik kegiatan untuk penemuan, pengujian atau pengembangan) dari suatu pengetahuan dengan cara mengumpulkan, mencatat dan menganalisa data yang dikerjakan secara sistematis berdasarkan ilmu pengetahuan (metode ilmiah). Metode pengembangan sistem yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu menggunakan model *waterfall* pengembangan atau rekayasa sistem informasi (*Software Engineering*).



Gambar 1. Kerangka Kerja Pengembangan Sistem Informasi (*Waterfall*)

- Tahap awal, yaitu adalah tahap perencanaan (*Evolution*), adalah menyangkut studi studi tentang kebutuhan pengguna (*user's specification*), studi-studi kelayakan (*feasibility study*) baik secara teknik maupun secara teknologi serta penjadwalan suatu proyek sistem informasi atau perangkat lunak. pada tahap ini pula, sesuai dengan kaskas (*tool*) yang penulis gunakan yaitu UML.
- Tahap kedua, adalah tahap analisis (*Requirement Analysis*), yaitu tahap dimana kita berusaha mengenai segenap permasalahan yang muncul pada pengguna dengan mendekomposisi dan merealisasikan *use case diagram* lebih lanjut, mengenai komponen-komponen sistem atau perangkat lunak, objek-objek, hubungan atarobjek dan sebagainya.
- Tahap ketiga, adalah tahap perencanaan (*Design*) dimana penulis mencoba mencari solusi dari permasalahan yang didapat dari tahap analisis.
- Tahap keempat, adalah tahap implementasi (*Implementation*) dimana penulis mengimplementasikan perencanaan sistem ke situasi nyata yaitu dengan pemilihan perangkat keras dan penyusunan perangkat lunak aplikasi (*pengkodean/coding*).
- Tahap kelima, adalah pengujian (*Testing*), yang dapat digunakan untuk menentukan apakah sistem atau perangkat lunak yang dibuat sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna atau belum, jika belum, proses selanjutnya adalah bersifat iteratif, yaitu kembali ketahap-tahap sebelumnya. Dan tujuan dari pengujian itu sendiri adalah untuk menghilangkan atau meminimalisasi cacat program (*defect*) sehingga sistem yang dikembangkan benar-benar akan membantu para pengguna saat mereka melakukan aktivitas-aktivitasnya

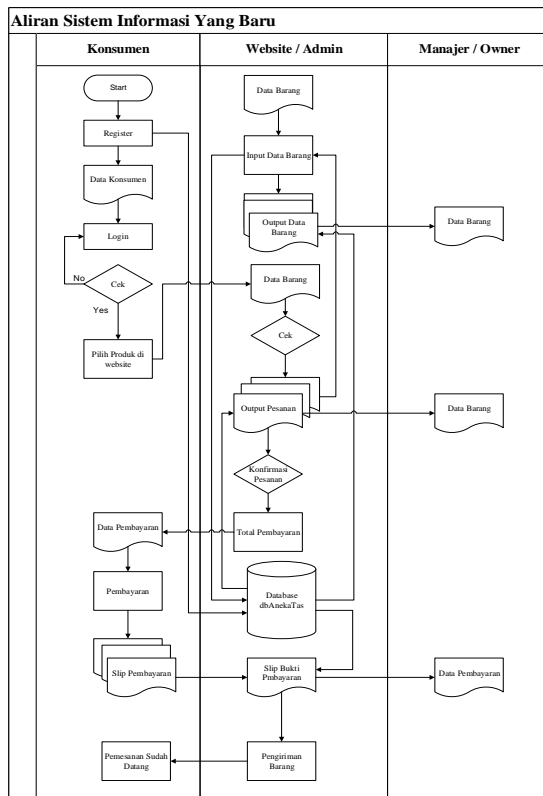
4. Hasil Dan Pembahasan

A. Analisa Sistem yang Baru

Setelah melihat aliran data pada aliran sistem yang lama, dan dilakukannya usulan-usulan untuk memperbaiki aliran sistem yang lama dengan aliran sistem yang baru, peneliti mencoba untuk membangun sebuah aliran sistem yang baru berbasis komputerisasi yaitu membuat perancangan sistem *inFormasi* penjualan berbasis *web* pada *Victory Collection* agar *consumer* dapat bisa mengakses sistem *inFormasi* penjualan Makanan dan Minuman dengan mudah dan *inFormasi* yang diberikan mengenai Makanan dan Minuman yang di jual dapat diterima oleh *consumer* dan membuat *database* transaksi penjualan pada sistem *inFormasi* penjualan sehingga *accounting* dan *finance* dapat dengan mudah mencari kode transaksi dengan mudah dan tidak adanya lagi kerangkapan data pada setiap kode transaksi penjualan yang ada pada sistem *inFormasi* penjualan berdasarkan usulan tersebut.

B. Aliran Sistem Informasi Yang Baru

Didalam mengembangkan atau merancang sistem yang baru pada pengelolaan sistem *inFormasi* penjualan berbasis *web* pada *Victory Collection* maka dilakukanlah perubahan dalam aliran sistem *inFormasi* yang akan dirancang, adapun perubahan yang dilakukan menurut usulan pada analisa sistem yang baru adalah sebagai berikut:



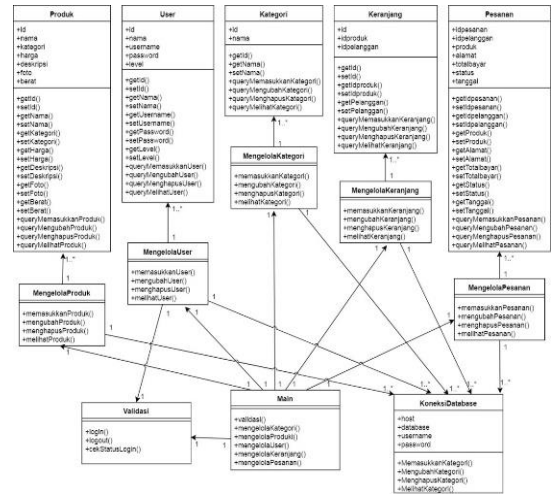
Gambar 2. Aliran Sistem Yang Baru

C. UML

Perbedaan antara sistem lama dengan sistem baru adalah pada aliran sistem

inFormasi yang lama data pengetahuan masih tersimpan secara manual yang kemudian diarsipkan serta pengetahuan masih bersifat individu, karena karyawan yang memiliki banyak pengetahuan tersimpan dalam memori pikiran pada karyawan itu sendiri. Sedangkan pada sistem yang baru pengetahuan yang ada disimpan pada sebuah sistem *inFormasi* berbasis *web* sehingga dalam berbagi pengetahuan sangat efektif dan efisien.

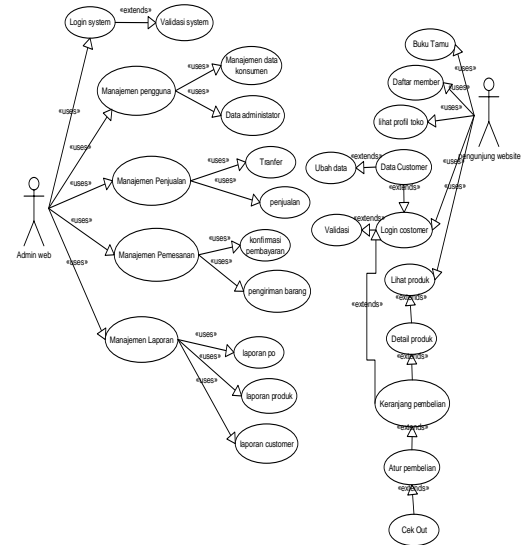
1). Class Diagram



Gambar 3. Class Diagram

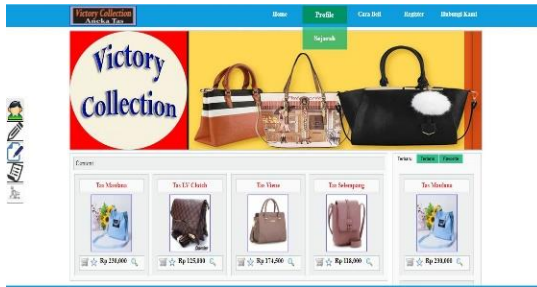
Perancangan prosedur yang diusulkan akan berorientasi objek dengan menggunakan notasi *UML* yang berfungsi sebagai alat dokumentasi dan visualisasi, berikut adalah desain dari masing-masing diagram:

2). Use Case Diagram



Gambar 4. Use Case Sistem Informasi Penjualan

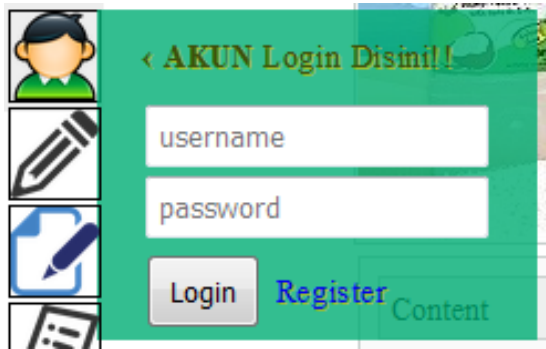
D. Rancangan Protptipe Program



Gambar 5. Tampilan Menu Utama



Gambar 10. Tampilan Halaman Tambah Produk



Gambar 6. Tampilan Login

No.	Foto	Merk	Jumlah	Harga Satuan	Sub Total	AKSI
1.		Tas Vienna	<input type="text" value="1"/>	Rp. 174500	Rp. 174500	Ubah Hapus
2.		Tas LV Clutch	<input type="text" value="1"/>	Rp. 125000	Rp. 125000	Ubah Hapus
3.		Tas Maulana	<input type="text" value="1"/>	Rp. 230000	Rp. 230000	Ubah Hapus

Selesai Belanja

Gambar 11. Tampilan Halaman Keranjang Belanja

Content

Form Kontak / Konsultasi

Nama Lengkap

E-mail

subject

pesan

Kategori

Makanan Minuman

Gambar 7. Tampilan Form Kontak / Konsultasi

Cara Pemesanan :

Terlebih dahulu konfirmasi pemesanan ke Toko kami dengan melakukan pemesanan pada web ini, Telpon, SMS, Email, Yahoo Messenger
 selalu cek status order : baru -> lakukan upload bukti pembayaran (untuk member)
 selalu cek status order : lanjut -> admin baru konfirmasi pembayaran
 selalu cek status order : dikirim -> barang telah dikirim, silahkan menunggu barang yang di pesan

Transfer Ke :

Bank Mandiri PT Yafindo Mitra Permata a/n : PT Yafindo Mitra Permata , No. Rek : 109-00-1560785-6

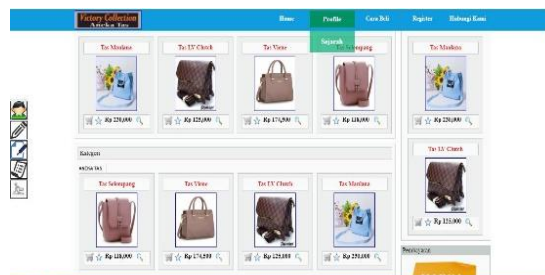
SETELAH ITU KONFIRMASI KODE PEMBAYARAN REFERENSI SMS DENGAN FORMAT NAMA_TGL TRANSFER_KODE REFERENSI BANK_JUMLAH YANG DITRANSFER KIRIM KE 081268193499

Kami Buka Setiap hari dari Jam 09.00 WIB sampai dengan 20.00 WIB , Senin s/d Minggu, Kecuali Hari Minggu dan Hari libur tutup lebih cepat.

Silahkan menghubungi kami VIA Telp/SMS : 081268193499

Apabila ada pertanyaan lebih lanjut silahkan menghubungi kami langsung atau mengisi testimonial, Terima Kasih.

Gambar 8. Tampilan Cara Pesan Produk



Gambar 9. Tampilan Halaman Admin

E. Analisis Produktivitas Segi Efisiensi

Sistem lama Pada *Victory Collection* Sistem informasi penjualan di *Victory Collection* pada saat ini masih menggunakan fasilitas media *social facebook* sebagai sarana dan prasarana penjualan, maka lingkup sektor penjualan kepada seluruh *consumer* masih kurang dijangkau, karena hanya *consumer* yang bergabung dengan akun *facebook Victory Collection* saja yang bisa mengakses dan mengetahui tentang informasi Makanan dan Minuman yang dijual, *consumer* yang tergabung dalam akun *facebook Victory Collection* dan Pada sistem yang berjalan saat ini, proses penjualan masih menggunakan konvensional dalam arti transaksi penjualan masih menginput secara manual dan belum terkomputerisasi sehingga transaksi penjualan hanya di catat di *logbook* manual saja. Keunggulan sistem yang dibangun dari segi efisiensi, antara lain sebagai berikut:

- Dapat mengurangi biaya operasional yang digunakan untuk biaya pembuatan brosur, iklan dan layanan iklan lainnya.
- Admin* dapat dengan mudah memproses sistem informasi penjualan dimanapun.
- Dapat dengan mudah mengakses transaksi penjualan tanpa adanya kerangkapan data dan *backup* data pada transaksi penjualan disesuaikan dengan tanggal, bulan dan tahun.

Segi Efektifitas

Keunggulan sistem yang dibangun dari segi efektifitas, antara lain sebagai berikut:

- a) Dalam proses sistem penjualan *customer* dapat dengan mudah mengakses dan menjangkau sistem informasi penjualan berbasis *web* pada *Victory Collection*.
- b) Memudahkan proses transaksi penjualan pada *Victory Collection*.

PENGUJIAN

Tabel 1. Pengujian Sistem Informasi Penjualan

No	Data Uji	Hasil
1	Login	Ok
2	Menu	Ok
3	Home	Ok
4	Profile	Ok
5	Cara Beli	Ok
6	Register	Ok
7	Login <i>Customer</i>	Ok
8	Hubungi Kami	Ok
9	Keranjang Belanja	Ok
10	Tampilkan Barang Yang Dibeli	Ok
11	Checkout	Ok
12	Produk Terbaru	Ok
13	Produk Terlaris	Ok
14	Produk Favorite	Ok
15	Content	Ok
16	Kategori Tas	Ok

5. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan sebelumnya terdapat beberapa masalah yang dapat mengurangi efektifitas dan efisiensi dalam menjalankan rangkaian proses penjualan pada *Victory Collection* Batam. Dengan dibangunnya sistem informasi penjualan pada *Victory Collection* berbasis *website* ini maka dapat ditarik beberapa kesimpulan antara lain yaitu:

- a) Sistem ini diharapkan dapat meminimalisir kerusakan dan kehilangan data penjualan dan pemesanan barang pada *Victory Collection*.
- b) Sistem ini diharapkan dapat membantu memudahkan pencarian dan penyajian data barang pada *Victory Collection*.
- c) Sistem ini diharapkan dapat meningkatkan sarana dan prasarana promosi pada *Victory Collection*.

Daftar Pustaka

Aris, Durachman & Arifin. (2011). *Aplikasi Penjualan Produk Alat Musik Berbasis Web (Studi Kasus PT. Duta Karya Musikindo Jakarta)*, Jurnal Sistem Informasi , Volume 4, No. 1, 2011, p1 - 7, p-ISSN 1979-0767.

Djaelangkara. (2015). *Adobe Dreamweaver CS4*. Semarang: Wahana Komputer.

Fitri. (2016). *Perancangan Dan Implementasi Sistem Informasi Penjualan Komputer Dan Accecoris Pada Took Mujahidah Computer Berbasis Web*. Volume 4, No. 1 Januari – Juni 2016, ISSN: 2302-3295.

Himawan, Saefullah & Santoso. (2014). *Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online (E-Commerce) pada CV Selaras Batik Menggunakan Analisis Deskriptif*, Scientific Journal of Informatics, Vol. 1, No. 1, Mei 2014, ISSN 2407-7658.

Kosasi. (2016). *Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Dalam Memasarkan Mobil Bekas*, Citec Journal, Vol. 3, No. 1, November 2015 – Januari 2016, ISSN: 2354-5771.

Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Prabantini, E. (2015). *Seri Belajar Kilat : Adobe Dreamweaver CS4*. Yogyakarta: Andi Offset.

Pratama, E. (2014). *Sistem informasi dan implementasinya*. Informatika. Bandung.

Raning & Fitriyadi. (2014). *Sistem Informasi Penjualan Kayu Pada UD Karya Bakti Berbasis Web*, JUTISI, Vol. 3, No. 3, Desember 2014: 579 – 652, ISSN: 2089-3787

Simamora, Henry. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. STIE YKPN. Yogyakarta.

Sutarby, T. (2012). Analisis sistem informasi (C. Putri (ed)). CV Andi Offset.

Tukino. (2016). Pengembangan sistem informasi manajemen proyek berbasis web untuk mengakses dokumen perakitan PCB PT Surya Teknologi Batam, 2.

Tukino, T. (2018). Perancangan Sistem Informasi Pelaporan Gangguan Dan Restitusi Pelanggan Internet Corporate Berbasis Web (Studi Kasus Di PT. Indosat Mega Media West Regional). JURNAL ILMIAH INFORMATIKA, 6(01), 1–10. <https://doi.org/10.33884/jif.v6i01.324>

Tukino, T., Maulana, A., & Hakim, A. R. (2022). RANCANG BANGUN PEMASARAN PROPERTI BERBASIS NODE.JS FRAMEWORK. Computer Based Information System Journal, 10(1), 89–96. Retrieved from <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/cbis/article/view/5530>