

PERANCANGAN APLIKASI *E-COMMERCE* (STUDI KASUS: DISTRIBUTOR COKLAT BANDUNG)

Siti Mukaromah¹, Dadi Rosadi²
STMIK Mardira Indonesia, Bandung^{1,2}
Email: dadi_rosadi@stmik-mi.ac.id²

Abstract

The design of e-Commerce Application is a system created to improve and develop the existing systems in the field of chocolate sales. The management system is expected to increase turnover and expand the areas of product marketing at distributor chocolate sales. To make electronic sales information system based e-commerce using PHP, MySql as programming languages, and XAMPP for a web server, which can be used in the Windows XP operating system where the system has a browser that can display web pages. The method used for the development of the system by using the methodology OOSE (Object Oriented Software Engeneering). Phases which makes the model requirements and analysis, design and implementation, and testing models. This site displays the catalog menu chocolate accompanied by detailed pictures, prices, and messages. Consumers can choose products that will be ordered and store it in the shopping cart. If the consumer has ordered goods are selected, then the consumer must fill in the form with the complete identity of the buyer to confirm receipt of payment and delivery of goods to the address. Payment can be made by transferring money to a bank account number that has been determined.

Keywords:: *e-commerce; sales; chocolate*

Abstrak

Perancangan Aplikasi *e-Commerce* merupakan sistem yang dibuat untuk memperbaiki dan mengembangkan sistem yang sudah ada dalam bidang penjualan coklat. Sistem yang dibuat ini diharapkan dapat meningkatkan omset penjualan dan memperluas area pemasaran produk penjualan coklat pada distributor coklat. Untuk membuat sistem informasi penjualan elektronik berbasis *e-Commerce* yang menggunakan PHP, MySql sebagai bahasa pemrograman, dan XAMPP untuk web server, yang dapat digunakan dalam sistem operasi Windows XP dimana sistem tersebut mempunyai *browser* yang dapat menampilkan halaman web. Metode yang digunakan untuk pengembangan sistem yaitu dengan menggunakan metodologi OOSE (*Object Oriented Software Engeneering*). Tahapan-tahapannya yaitu membuat model *requirement* dan analisis, desain dan

implementasi, dan model pengujian. Web ini menampilkan menu katalog coklat yang disertai dengan detail gambar, harga, dan pesan. Konsumen dapat memilih produk yang akan dipesan dan menyimpannya dalam keranjang belanja. Bila konsumen sudah memesan barang yang dipilih, maka konsumen harus mengisikan form identitas pembeli dengan lengkap untuk konfirmasi pembayaran dan untuk alamat penerimaan pengiriman barang. Pembayaran dapat dilakukan dengan cara mentransfer uang ke Nomor Rekening bank yang telah ditentukan.

Kata kunci : *e-commerce*, penjualan, coklat

PENDAHULUAN

Seiring dengan semakin majunya perkembangan teknologi informasi dan komputer, maka kebutuhan manusia akan informasi pun semakin meluas. Salah satu cara untuk mendapatkan informasi adalah dengan memanfaatkan fasilitas internet. Dengan internet kita dapat menghemat ruang dan waktu. Sehingga informasi yang diinginkan dapat ditemukan tanpa harus meninggalkan tempat dan aktivitas rutin kita.

Meningkatnya penggunaan internet oleh masyarakat yang ditandai dengan melonjaknya *customer* maupun pebisnis, mendorong munculnya suatu tuntutan pelayanan internet melebihi dari apa yang bias diperoleh di dunia nyata. Ini meliputi kesempatan untuk menjual barang-barang ataupun produk-produk secara online. Salah satu hal terpenting dalam bisnis melalui internet adalah bagaimana keuntungan dapat diperoleh secara aman dan mudah. Saat ini muncul beberapa sistem pembayaran secara online melalui internet untuk melayani kebutuhan bisnis online.

Distributor Coklat Bandung merupakan distributor yang menjual macam – macam merk coklat. Proses penjualan yang dilakukan sepenuhnya diatur oleh

pemilik yang mempunyai karyawan untuk memasarkan hasil desain, *customer* yang tertarik untuk membeli harus mendatangi langsung ke alamat tersebut, selain itu jarak tempuh *customer* ke tempat distributor jauh, sehingga enggan untuk datang langsung. Oleh karena itu, melalui sistem baru yang akan dibangun ini diharapkan dapat membantu memudahkan calon *customer* untuk melakukan pembelian makanan secara *online* melalui internet di mana saja dan kapan saja, dan juga memberikan informasi mengenai jenis, rasa, harga dan desain yang unik.

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan daya minta pelanggan di distributor coklat.
2. Menghasilkan aplikasi *e-commerce* distributor Coklat Bandung yang dapat dimanfaatkan konsumen dalam melakukan pemesanan coklat melalui internet.
3. Membantu meminimalisasi biaya promosi dan operasional.

KAJIAN TEORI

Perancangan dan Aplikasi

Menurut Jogiyanto,(2001) perancangan merupakan kegiatan untuk membentuk membuat sketsa struktur kegiatan atau

pekerjaan dari suatu analisis ke dalam suatu perencanaan untuk dapat diterapkan dalam suatu bentuk nyata. Sedangkan menurut Pressman, (2002, p399) perancangan adalah langkah pertama fase bagi setiap produk atau sistem yang di rakayasa. Berdasarkan definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa perancangan sistem informasi merupakan proses menyusun sistem baru atau mengubah sistem lama berdasarkan evaluasi terhadap sistem yang lama yang terlebih dahulu diajukan kepada pemakai atau manajemen puncak untuk diperhitungkan.

Aplikasi berasal dari kata *application* yaitu bentuk benda dari kata kerja *to apply* yang dalam bahasa Indonesia berarti pengolah. Secara istilah, aplikasi komputer adalah suatu subkelas perangkat lunak komputer yang menggunakan kemampuan komputer langsung untuk melakukan suatu tugas yang diinginkan pemakai.

Kumpulan aplikasi komputer yang digabung menjadi suatu paket biasanya disebut paket atau suite aplikasi (*application suite*). Contohnya adalah *Microsoft Office* dan *OpenOffice.org*, yang menggabungkan suatu aplikasi pengolah kata, lembar kerja, serta beberapa aplikasi lainnya. Aplikasi-aplikasi dalam suatu paket biasanya memiliki antarmuka pengguna yang memiliki kesamaan sehingga memudahkan pengguna untuk mempelajari dan menggunakan tiap aplikasi. Umumnya aplikasi-aplikasi tersebut memiliki kemampuan untuk saling berinteraksi sehingga menguntungkan pemakai.

Jenis Aplikasi

Berdasarkan jenisnya, aplikasi komputer dapat dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu :

1. *Enterprise*
Digunakan untuk organisasi yang cukup besar dengan maksud menghubungkan aliran data dan kebutuhan informasi antar bagian, contoh : *IT Helpdesk, Travel Management* dll.
2. *Enterprise – Support*
Sebagai aplikasi pendukung dari *Enterprise*, contohnya : *Database Management, Email Server* dan *Networking System*.
3. *Individual Worker*
Sebagai aplikasi yang biasa digunakan untuk mengolah/edit data oleh tiap individu. Contoh : *Ms.Office, Acrobat Reader* dll.
4. Aplikasi Akses Konten
Adalah aplikasi yang digunakan oleh individu (hanya) untuk mengakses konten tanpa kemampuan untuk mengolah/mengedit datanya melainkan hanya melakukan kustomisasi terbatas. Contoh : *Games, Media Player, Web Browser*.
5. Aplikasi Pendidikan
Biasanya berbentuk simulasi dan mengandung konten yang spesifik untuk pembelajaran.
6. Aplikasi Simulasi
Biasa digunakan untuk melakukan simulasi penelitian, pengembangan dll. Contoh : Simulasi pengaturan lampu lalu lintas.
7. Aplikasi Pengembangan Media
Berfungsi untuk mengolah/mengembangkan media biasanya untuk kepentingan komersial, hiburan dan pendidikan. Contoh : *Digital Animation Software, AudioVideo Converter* dll.
8. Aplikasi Mekanika dan Produk

Dibuat sebagai pelaksana/pengolah data yang spesifik untuk kebutuhan tertentu. Contoh : *Computer Aided Design* (CAD), *Computer Aided Engineering* (CAE), SPSS dll.

Sistem

Menurut Al-Bahra Bin Ladjamudin (2005:2) pemahaman sistem dengan pendekatan prosedur yaitu suatu urutan kegiatan yang saling berhubungan untuk mencapai tujuan tertentu. Prosedur adalah rangkaian operasi yang melibatkan beberapa benda (seperti ALU, Control Unit) di dalam satu lebih komponen (seperti memori dan CPU jika dalam sistem komputer).

Suatu system mempunyai karakteristik atau sifat-sifat yang tertentu, yaitu mempunyai :

- a. **Komponen Sistem (*components*)**, suatu system terdiri dari sejumlah komponen yang saling berinteraksi, yang artinya : saling bekerja sama membentuk suatu kesatuan.
- b. **Batas Sistem (*boundary*)**, batas system merupakan daerah yang membatasi antara system dengan system yang lainnya atau dengan lingkungan luarnya. Batas system ini memungkinkan suatu system dipandang sebagai satu kesatuan. Batas suatu system menunjukkan ruang lingkup (*scope*) dari system tersebut.
- c. **Lingkungan luar sistem (*Environments*)**, lingkungan luar dari suatu system adalah apapun diluar batas system yang mempengaruhi operasi system. Lingkungan luar system dapat bersifat menguntungkan dan dapat juga bersifat merugikan system tersebut. Lingkungan luar yang menguntungkan merupakan energy dari system dan dengan demikian harus tetap dijaga dan dipelihara. Sedang lingkungan luar yang merugikan harus ditahan dan dikendalikan, kalau tidak maka akan mengganggu kelangsungan dari system.
- d. **Penghubung Sistem (*interface*)**, penghubung merupakan media penghubung antara satu sub system dengan subsistem yang lainnya.
- e. **Masukkan Sistem (*input*)**, masukkan adalah energi yang dimasukkan kedalam system. Masukkan dapat berupa masukkan perawatan (*maintenance input*) dan masukkan sinyal. *Maintenance input* adalah energy yang dimaksudkan supaya system tersebut dapat beroperasi. Signal input adalah energi yang diproses untuk didapatkan keluaran. Sebagai contoh didalam system komputer.
- f. **Keluaran Sitem (*output*)**, keluaran adalah hasil dari energy yang diolah dan diklasifikasikan menjadi keluaran yang berguna dan sisa pembuangan.
- g. **Pengolahan Sistem (*process*)**, suatu system dapat mempunyai suatu bagian pengolah yang akan merubah masukkan menjadi keluaran. Suatu system produksi akan mengolah berupa bahan baku dan bahan-bahan yang lain menjadi keluaran berupa barang jadi.
- h. **Saran Sistem (*objective*)**, suatu pasti mempunyai suatu tujuan (*goal*) atau sasaran, Kalau suatu system tidak mempunyai sasaran, maka operasi system tidak akan gunanya. Sasaran dari system dapat menentukan sekali masukkan yang dibutuhkan system keluaran yang akan dihasilkan system. Suatu system dikatakan berhasil bila

mengenai sasaran atau tujuannya jelas.

Analisis Sistem

Analisis sistem dapat didefinisikan sebagai 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.

Tahap analisis sistem dilakukan setelah tahap perancangan sistem (*system planning*) dan sebelum tahap desain sistem (*system design*). Tahap analisis merupakan tahap yang kritis dan sangat penting, karena kesalahan di dalam tahap ini akan menyebabkan juga kesalahan ditahap selanjutnya.

Langkah-langkah analisis sistem

Di dalam tahap analisis sistem terdapat langkah-langkah dasar yang harus dilakukan oleh analisis sistem sebagai berikut :

1. *Identify*, yaitu mengidentifikasi masalah
2. *Understand*, yaitu memahami kerja dari sistem yang ada
3. *Analyze*, yaitu menganalisis sistem
4. *Report*, yaitu membuat laporan hasil analisis

E-Commerce

Electronic commerce (e-commerce) adalah suatu penjualan secara elektronik, yang bisa dilakukan dari jarak jauh (teknologi *marketing*) yang digunakan di luar toko. Untuk tempat yang jauh sekalipun tetap dilakukan perdagangan dengan memanfaatkan *e-commerce*.

Perubahan cara dan bentuk perdagangan telah mengubah, menggeser dan menaklukkan cara bisnis global yang tidak mengenal jarak dan waktu. (Rosadi & Rodiah, 2009) Kegiatan yang dilakukan juga menjadi tidak banyak lagi diwakili oleh tenaga manusia di saat terjadi peningkatan keterpaduan telekomunikasi dan komputasi secara integral. (Sidharta & Sidh, 2014) Berdagang lewat elektronik merupakan tantangan dan ancaman bagi perdagangan tradisional.

Triton (2006), menjelaskan bahwa *e-Commerce* sebagai perdagangan elektronik dimana untuk transaksi perdagangan baik membeli maupun menjual dilakukan melalui elektronik pada jaringan internet. *E-Commerce* dalam internet dapat dikenali melalui adanya fasilitas pemasangan iklan, penjualan, dan *service support* terbaik bagi seluruh pelanggannya dengan menggunakan sebuah toko *online* berbentuk *web* yang setiap harinya beroperasi selama 24 jam. (Komarudin et al, 2009)

Sehingga dapat dikatakan bahwa *e-Commerce* merupakan transaksi perdagangan baik pembelian maupun penjualan dilakukan melalui jaringan internet, yang dikenali melalui adanya fasilitas pemasangan iklan dan *service* dengan menggunakan sebuah toko *online* berbentuk *web* yang setiap harinya beroperasi selama 24 jam. Jadi seorang konsumen dapat membeli barang yang diinginkan secara *online*.

Karakteristik E-Commerce

Ditinjau dari paradigma IHIP menurut Tjiptono dan Chandra (2005) dalam Mulyawan & Sidharta (2014) terdapat empat karakteristik jasa dalam

paradigma IHIP yaitu *Intangibility*, *Heterogeneity*, *Inseparability*, dan *Perishability* yang dapat diterapkan sebagai karakteristik e-commerce yaitu sebagai berikut :

1. *Intangible*

Intangible adalah karakteristik jasa dunia maya, tidak bisa dilihat bagaimana bentuknya dan lebih bersifat abstrak. Hal ini berarti bahwa jasa internet bisa memiliki kemampuan untuk mendeferasiasikan produknya sehingga berbeda dengan yang lain. Dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja tanpa batasan tempat dan waktu.

2. *Heterogenity*

Service jasa biasanya memiliki ketidakstandaran dalam proses pelayanan terhadap para pelanggannya. Masing-masing pelanggan merasakan ketidaksamaan akan pelayanan (*service*). Akan tetapi pada kenyataannya dalam jasa situs internet ini, yang kita dapati adalah keseimbangan dalam pelayanan terhadap semua pelanggan karena berbasis pada alat-alat teknologi yang memiliki kecanggihan yang tinggi. Tetapi ada tiga hal penting yang mendasar dan menjadi ciri budaya dunia internet, ketiga ciri tersebut adalah :

- a) Supaya jasa internet ini dapat berkembang maka diperlukan adanya dunia dimensi lain yang potensial.
- b) Memperbaiki *content* dengan isi yang lebih *update* dan menarik atau ciri *content*. *Content* inilah yang barangkali tidak standar dalam pelayanannya karena siapa yang mengisi *content* itu adalah manusia yang bisa membuat kesalahan sehingga menimbulkan ketidakpuasan.
- c) Aspek bisnis yang dapat disumbangkan ke dunia internet yang kita bahas sekarang ini adalah *e-commerce*.

Ada juga yang menyatakan bahwa bisnis internet ini ada karena budaya yang dapat hidup akibat tiga hal di bawah ini, yaitu:

- (1) Teknologi
- (2) Proses yang sudah *IT base*
- (3) *Human Resource* atau faktor manusianya

3. *Inseparability*

Jasa biasanya dikonsumsi dan diproduksi dengan waktu yang sama dimana partisipasi pelanggan ada dalam proses penyampaiannya. Demikian juga pada waktu menggunakan jasa internet tertentu.

4. *Perishability*

Sangat tidak memungkinkan untuk menyimpan jasa tersebut sebagai *inventory*. Jika dunia tersebut tidak terlihat, tentu saja mustahil untuk menyimpannya dalam gudang, kecuali jika gudang yang dimaksud adalah gudang maya yang berupa *inbox* atau *harddisk*.

Pengembangan Sistem

Pengembangan sistem berorientasi objek (*Object Oriented Software Enggeneering* (OOSE)) dari Jacobson lebih memberi penekanan pada *use case*. OOSE memiliki tiga tahapan yaitu:

1. Membuat model requirement dan analisis.
2. Desain dan implementasi.
3. Model pengujian.

Keunggulan metode ini adalah mudah dipelajari karena memiliki notasi yang sederhana mencakup seluruh tahapan dalam rekayasa perangkat lunak. OOSE merupakan pengkombinasian dari tiga teknik yang berbeda yaitu :

1. *Object Oriented Programming*.
2. *Conceptual Modelling*.
3. *Block Design*.

Berikut merupakan teknik dari OOSE, diantaranya :

1. Requirement Model

1) Usecase model

- a. Menggambarkan *actor* dan *usecase*.
- b. Asosiasi antar *usecase* : *extends, uses*.

2) Interface Description

- a. Tampilan harus dapat menangkap *logical view* dari sistem, karena perhatian utama adalah konsistensi dari *logical view* perilaku sistem sebenarnya.
- b. Deskripsi tampilan sesuai dengan tampilan *user* dan tampilan dengan sistem lain dengan membuat sketsa atau *prototype* dari apa yang akan *user* lihat pada layar saat menampilkan *usecase*.
- c. Sangat penting jika *user* dilibatkan dalam rincian pembuatan deskripsi tampilan.

2. Analisis Model

- a. Analisis model memodelkan tiga tipe objek, yaitu *Interface object, Entity object* dan *Control object*.
- b. Perilaku yang dimodelkan pada *usecase* disebarkan diantara objek pada analisis objek.
- c. Model digunakan untuk menyediakan sebuah sistem dengan *a robust and changeable object structures*. Objek-objek yang secara struktural disimpan dan dihubungkan ke objek lain atau aktor untuk menggambarkan hubungan objek ke objek atau objek ke aktor.

- d. Analisis model menyediakan sebuah *foundation* untuk design.

3. Design Model

- 1) Desain model akan *refine* model analisis dan akan menyesuaikan dengan lingkungan implementasi.
- 2) Tampilan objek dan operasi semantik didefinisikan dan keputusan dapat dibuat untuk *Database Management System (DBMS)* dan Bahasa Pemrograman.
- 3) Blok diperkenalkan untuk tipe objek untuk disembunyikan dari implementasi sebenarnya.
- 4) Model desain terdiri dari :
 - a. Diagram *interaction*
 1. Diagram interkasi dibuat untuk setiap kongrit *usecase*.
 2. Yang menggambarkan *usecase* dalam beberapa tahapan objek berkomunikasi. Komunikasi ini dimodelkan sebagai blok yang saling mengirimkan rangsangan.
 3. Diagram interaksi mendukung *usecase* dengan ekstensi.
 4. Pada proses desain parallel, beberapa rangsangan dengan tujuan yang sama didefinisikan oleh beberapa perancang. Agar rangsangan dapat dikonsolidasi untuk mengandung rangsangan sebanyak mungkin. Proses ini disebut Homogenisasi.

5. Ada dua tipe struktur dari diagram interaksi yaitu :
- 1) Garpu, yang mengindikasikan pusat struktur dan dibentuk oleh fakta sebuah objek yang mengontrol objek lain yang di-interkasikan dengannya.
 - 2) Tangga, yang mengindikasikan struktur desentralisasi dan dibentuk oleh *delegasi responsibility*. Setiap objek hanya mengetahui sedikit objek lain yang dapat membantu dengan perilaku yang khusus.
- b. *State transition graphs*.
- 1) Digunakan untuk menggambarkan perilaku pada beberapa jangka pada setiap rangsangan yang dapat diterima dan apa yang menyebabkan rangsangan tersebut.
 - 2) Menggunakan ekstensi dari notasi SDL (*Specification and Description Language*).
- c. *Implementation model*
- 1) Terdiri dari beberapa *source code* objek spesifik pada model desain.
 - 2) Model Implementasi menganggap bahwa sebuah blok dapat dengan mudah diterjemahkan pada modul objek sebenarnya.
- d. *Test Model*
- 1) Dihasilkan dari pengujian model implementasi.
 - 2) Pengujian spesifikasi, dimana pengujian *class* ketika sebuah pengujian terlihat sebagai sebuah objek, dan hasil pengujian. Eksekusi sebuah *instance* dari pengujian *class*, adalah konsep utama.
 - 3) Model yang diminta dapat menerima sebagai sebuah verifikasi untuk model pengujian.

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong, pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*organizing*) penggerakan (*Actuating*) dan pengawasan.

Jadi dapat diartikan bahwa Manajemen Pemasaran adalah sebagai analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran

dengan maksud untuk mencapai tujuan – tujuan organisasi. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah sebagai kegiatan yang direncanakan, dan diorganisasikan yang meliputi pendistribusian barang, penetapan harga dan dilakukan pengawasan terhadap kebijakan-kebijakan yang telah dibuat yang tujuannya untuk mendapatkan tempat dipasar agar tujuan utama dari pemasaran dapat tercapai.

Dalam pemasaran terdapat enam konsep yang merupakan dasar pelaksanaan kegiatan pemasaran suatu organisasi yaitu : konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan, konsep pemasaran, konsep pemasaran sosial, dan konsep pemasaran global.

1. Konsep produksi

Konsep produksi berpendapat bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dimana-mana dan harganya murah. Konsep ini berorientasi pada produksi dengan mengerahkan segenap upaya untuk mencapai efisiensi produk tinggi dan distribusi yang luas. Disini tugas manajemen adalah memproduksi barang sebanyak mungkin, karena konsumen dianggap akan menerima produk yang tersedia secara luas dengan daya beli mereka.

2. Konsep produk

Konsep produk mengatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, performansi dan ciri-ciri yang terbaik. Tugas manajemen disini adalah membuat produk berkualitas, karena konsumen dianggap menyukai produk berkualitas tinggi dalam penampilan dengan ciri – ciri terbaik.

3. Konsep penjualan

Konsep penjualan berpendapat bahwa konsumen, dengan dibiarkan begitu saja, organisasi harus melaksanakan upaya penjualan dan promosi yang agresif.

4. Konsep pemasaran

Konsep pemasaran mengatakan bahwa kungsi untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

5. Konsep pemasaran sosial

Konsep pemasaran sosial berpendapat bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan dengan cara yang lebih efektif dan efisien daripada para pesaing dengan tetap melestarikan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

6. Konsep Pemasaran Global

Pada konsep pemasaran global ini, manajer eksekutif berupaya memahami semua faktor- faktor lingkungan yang mempengaruhi pemasaran melalui manajemen strategis yang mantap. tujuan akhirnya adalah berupaya untuk memenuhi keinginan semua pihak yang terlibat dalam perusahaan.

Dalam suatu organisasi terdapat struktru pemasaran yang terdiri dari;

1. Pemilik, merupakan pihak yang menentukan dan menjalankan misi perusahaan.

1) Tanggung jawab Pemilik adalah:

a. Menyusun program kerja.

- b. Melakukan evaluasi terhadap kegiatan.
 - c. Mengatur proses pendistribusian produk.
 - d. Membina staf administrasi dalam melaksanakan tugas.
 - e. Mengawasi pekerjaan karyawan.
- 2) Wewenang pemilik adalah:
 - a. Menentukan kebijakan-kebijakan perusahaan.
 - b. Mengangkat dan memberhentikan karyawan.
 - c. Mengadakan rapat anggota perusahaan.
 - d. Mengambil keputusan.
 2. Admin Penjualan, bagian yang selain menangani penjualan juga mengelola seluruh kegiatan umum yang ada di perusahaan. Yaitu sebagai berikut:
 - 1) *Sales*

Bertanggung jawab atas masalah penjualan produk dan bagian distribusi pokok.
 - 2) *Human Resource*

Bertanggung jawab atas semua persoalan mengenai sumber daya manusia atau karyawan.
 - 3) *Accounting*

Bertanggung jawab atas seluruh kegiatan akuntansi perusahaan dari pencatatan faktur sampai pembukuan.
 - 4) *Keuangan*

Bertanggung jawab mengurus semua hal mengenai pembelian, pembayaran, dan pemasukan perusahaan.
 3. Produksi, bagian yang bertugas untuk memproduksi produk pakaian *couple*.
 4. Gudang, bagian yang bertanggung jawab dalam hal pengadaan produk.
 - 1) Mencatat produk yang masuk dan keluar dari gudang
 - 2) Membuat laporan pemasukan dan pengeluaran produk
 - 3) Membuat laporan apabila stok atau persediaan produk di gudang habis.
 5. Pengiriman, bertanggung jawab dalam hal pengiriman produk dari perusahaan ke pelanggan.
 - 1) Menerima surat *order* pengiriman dari admin.
 - 2) Mengirim dan memastikan produk sampai pada tujuan.

Penjualan

Menurut Jogiyanto (2001:1) penjualan adalah transaksi perubahan nilai barang menjadi nilai uang atau nilai piutang dagang. Dapat dikatakan bahwa penjualan yaitu kegiatan pemasok untuk menjual suatu barang menjadi suatu nilai uang guna memenuhi kebutuhan pasar, menetapkan harga, mendistribusikan serta mempromosikan melalui proses pertukaran agar memuaskan konsumen dalam mencapai tujuan perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan mengandalkan kegiatannya dalam bentuk penjualan, semakin besar *volume* penjualan semakin besar pula laba yang akan diperoleh perusahaan. Perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan dalam penjualan yaitu mencapai *volume* penjualan, mendapatkan laba tertentu, dan menunjukkan pertumbuhan perusahaan. Salah satu cara agar dapat meningkatkan penjualan dengan cara memperluas cara pemasaran dengan menciptakan sarana penjualan tanpa batas sehingga konsumen dapat memperoleh kebutuhan dan keinginannya. Peningkatan penjualan biasanya berhubungan dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan (Mulyawan & Sidharta, 2013).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, dan kinerja proses selama di lapangan dengan acuan dapat menghasilkan sebuah laporan.

Dalam penyusunan penelitian ini, metodologi yang digunakan adalah metode deskriptif, yang menurut Sugiono (2011) adalah penelitian yang menggambarkan variabel yang berperan dalam memberikan situasi atau keadaan, serta menggambarkan hubungan yang ada pada variabel tersebut. Metode penelitian ini kemudian dibagi ke dalam dua teknik yaitu teknik pengumpulan data dan teknik pengembangan sistem.

Teknik Pengumpulan Data

Metodologi yang digunakan dalam proses pengumpulan data dan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode *Interview*
Penelitian dengan cara wawancara langsung dengan para praktisi yang berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti.
2. Metode Literatur
Pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku atau sumber-sumber dengan masalah yang dihadapi.
3. Observasi
Pengumpulan data dengan cara mengadakan tinjauan secara langsung terhadap sistem yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi.

Teknik Pengembangan Sistem

Metode yang digunakan untuk pengembangan sistem yaitu dengan menggunakan metodologi *Object Oriented Software Engineering*

(*OOSE*). Metode *OOSE* merupakan metode pengembangan kegiatan yang lebih memberi penekanan pada *use case*. Keunggulan metode ini adalah mudah dipelajari karena memiliki notasi yang sederhana namun mencakup seluruh tahapan dalam rekayasa perangkat lunak. Adapun tahapan sistemnya adalah sebagai berikut :

1. *Requirement sistem*, yaitu mencari tahu kebutuhan sistem dengan langkah-langkah berikut :
 - a. Studi observasi, yaitu peninjauan secara langsung tentang proses pemesanan produk dapat diakses melalui halaman web.
 - b. Studi pustaka, yaitu mempelajari buku-buku serta referensi-referensi yang berkaitan dengan pembuatan aplikasi web pemesanan.
2. *Analysis*, data-data yang telah diperoleh kemudian dianalisa untuk mengetahui kebutuhan sistem kemudian menentukan objek-objek yang diperlukan.
3. *Design*, tahapan ini dimulai dari perancangan arsitektur sistem, proses, antarmuka, dan interaksi sistem dengan pengguna.
4. *Implementation*, hasil rancangan yang telah dibuat kemudian direalisasikan ke dalam kode program yang siap digunakan.
5. *Test*, setelah selesai maka dilakukan serangkaian tes untuk menjamin bahwa sistem dapat berjalan dengan baik.

PEMBAHASAN

Analisis Dan Perancangan Sistem

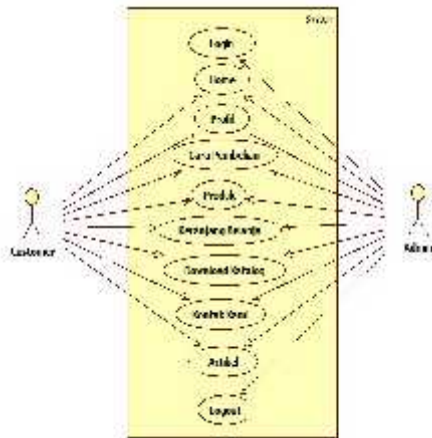
Analisis sistem informasi merupakan penguraian suatu sistem informasi yang utuh ke dalam bagian komponen-komponennya dengan maksud untuk

mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan-permasalahan, hambatan-hambatan yang terjadi, dan kebutuhan-kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan untuk membuat sistem.

Langkah pertama dalam membuat sistem baru ini adalah mempelajari sistem yang akan dibuat beserta dengan permasalahannya. Tujuannya adalah untuk mendapatkan gambaran secara jelas tentang bentuk permasalahan yang ada pada sistem tersebut.

Use Case Diagram

Definisi Aktor pada pembuatan *usecase diagram* menggambarkan interaksi aktor dengan sistem dimana ada admin, Konsumen lama dan Konsumen baru yang akan dijelaskan pada gambar dibawah ini.



Gambar 1. Use Case Diagram

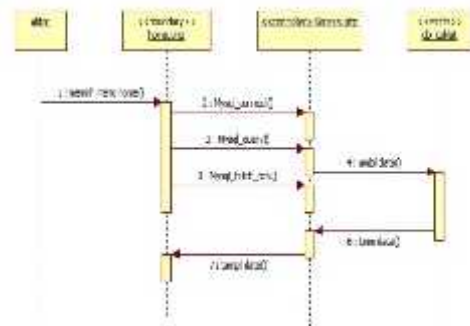
Perancangan Sistem

Pada tahap ini akan dibuat desain atau rancangan menu, rancangan masukan dan rancangan keluaran yang dihasilkan oleh sistem yang sedang dikembangkan. Tujuan dari rancangan ini adalah untuk mempermudah pemakai sistem dalam memberikan gambaran yang jelas mengenai rancang bangun yang lengkap

dari sistem yang akan dibangun dan selanjutnya digunakan untuk pembuatan program komputernya.

Sequence diagram adalah suatu diagram yang menggambarkan interaksi antar objek di dalam dan disekitar sistem (termasuk pengguna, *display*, dan sebagainya) berupa *message* yang digambarkan terhadap waktu.

Diagram sequence ini menampilkan tampilan awal website.



Gambar 2. Diagram Sequence Home

Implementasi Sistem

Tahap implementasi sistem ini yaitu tahap yang dilakukan setelah sistem analisis dan perancangan, dimana tahap ini merupakan tahap yang mencakup penerapan sistem, agar sistem tersebut dapat dioperasikan. Tahapan yang dilakukan dalam tahap pengimplementasian ini adalah memindahkan logika program yang diperoleh dari hasil analisa dan rancangan dalam bentuk algoritma kedalam suatu bahasa pemrograman tertentu untuk menguji sistem itu sendiri.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam tahap implementasi adalah :

1. Pemilihan dan Pelatihan Personil

Sistem informasi akan lebih sukses apabila personil-personilnya mempunyai pengetahuan yang cukup tentang sistem informasi. Untuk itu, dilakukan pemilihan dan pelatihan kepada masing-masing personil.

2. Pemrograman dan Pengetesan Program

Pemrograman merupakan kegiatan membuat kode program yang akan dieksekusi oleh komputer, untuk itu diperlukan suatu tindakan yang dapat mengorganisasikan dan mengintegrasikan data agar mendapatkan hasil program yang sesuai dengan kebutuhan pemakai.

3. Konversi Sistem

Perubahan sistem lama ke sistem baru memerlukan pendekatan konversi tertentu. Dalam konversi ini menggunakan konversi modular yaitu implementasi sistem baru kedalam organisasi secara sebagian-sebagian.

Dalam mengimplementasikan sistem tersebut membutuhkan 3 rangkaian dasar (Sidh, 2013) untuk mewujudkannya :

1. *Hardware*, seperti : *Processor, memory, hardisk, vga*
2. *Software*, seperti : *Microsoft Visual Basic Studio 2005*
3. *Brainware*

Dalam pembuatan suatu program aplikasi atau perangkat lunak diperlukan pemilihan bahasa pemrograman yang menunjang kemampuan atau kelebihan dari perangkat atau bahasa pemrograman, karena bahasa atau perangkat pemrograman yang tepat akan berpengaruh pada keberhasilan suatu program aplikasi.

Tampilan Depan



Gambar 3. Tampilan Depan

Menu Profil



Gambar 4. Menu Profil

Menu Pembelian



Gambar 5. Menu Pembelian

Menu Produk



Gambar 6. Menu Produk

Menu Keranjang Belanja



Gambar 7. Menu Keranjang Belanja

Menu Kontak



Gambar 8. Menu Kontak

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Dengan adanya *website distributor coklat* menjadi lebih mudah dalam mendapatkan informasi tentang produk coklat maupun detailnya tanpa pergi keluar rumah.
2. Dengan adanya *website distributor coklat* juga, setiap *customer* dapat melakukan transaksi dimanapun, kapanpun dia berada.
3. Transaksi pembayaran akan lebih mudah dilakukan karena bisa dilakukan lewat transfer antar bank.

Saran

1. Perlunya pengembangan pada desain tampilan agar lebih menarik.
2. Harus ada pihak yang khusus untuk menanggapi keluhan *customer* atau pesanan secara *online* melalui jejaring social.
3. Bagi peneliti yang akan datang, di dalam penyempurnaan penelitian ini maka yang harus diperhatikan penambahan menu yang memungkinkan *customer* melakukan pembayaran dengan menggunakan kartu kredit, sehingga *customer* tidak perlu susah – payah melakukan transfer antar bank atau juga menu lainnya yang bersifat inovatif.

REFERENSI

- Al-Bahra Bin Ladjamudin. (2005). *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Graha Ilmu.
- Fhatansyah. (1999). *Basis Data*. Bandung: Informatika.
- Jogiyanto. (2001). *Analisa Dan Desain Sistem Informasi Pendekatan Terstruktur Teori Dan Praktek Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Jogiyanto. (1999). *Analisa Dan Desain Sistem Informasi Pendekatan Terstruktur Teori Dan Praktek Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Komarudin., Rosadi, D., & Khoiriah, F. (2011). Rancang Bangun E-Commerce Kerajinan Tangan Batu Alam Pada Perusahaan Batu Alam (PBA) Karunia. *Jurnal Computech & Bisnis*, 5(1), 24-30.
- Kristanto, A. (2003). *Perancangan Sistem Informasi Dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Mulyawan, A., & Sidharta, I. (2013). Analisis Deskriptif Pemasaran Jasa Di STMIK Mardira Indonesia Bandung. *Jurnal Computech & Bisnis*, 7(1), 42-55.
- Mulyawan, A., & Sidharta, I. (2014). Determinan Kualitas Layanan Akademik Di STMIK Mardira Indonesia Bandung. *Jurnal Computech & Bisnis*, 8(1), 13-24.
- Pressman, R., S. (2002). *Rekayasa Perangkat Lunak Pendekatan Praktisi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ramadhan, A. (2006). *Student Guide Series Pemrograman Web Database dengan PHP dan MySQL*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Rosadi, D., & Rodiah, D. (2009). Sistem Informasi Pemesanan Produk Secara Online Café Strawberry Cimahi. *Jurnal Computech & Bisnis*, 3(1), 37-42.
- Sidh, R. (2013). Peranan Brainware Dalam Sistem Informasi Manajemen. *Jurnal Computech & Bisnis*, 7(1), 19-29.
- Sidharta, I., & Sidh, R. (2014). Pengukuran Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Serta Dampaknya Atas Penggunaan Ulang Online Shopping Pada E-Commerce. *Jurnal Computech & Bisnis*, 8(2), 92-100.
- Sholih. (2006). *Pemodelan Sistem Informasi Beroreintasi Objek dengan UML*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ustadiyanto, R. (2002). *Framework e-Commerce*. Yogyakarta: Andi.