

SISTEM INFORMASI E-COMMERCE BERBASIS WEBSITE PADA TOKO FASION AMALIA SURAKARTA

Brigitta Harlim¹⁾, Intan Oktaviani²⁾, Joni Maulindar³⁾

^{1,2,3)} Universitas Duta Bangsa Surakarta

Email : 190101192@fikom.udb.ac.id¹⁾, intan_oktaviani@udb.ac.id²⁾, joni_maulindar@udb.ac.id³⁾

ABSTRAK

Sistem informasi E-commerce yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, dan memberikan pengalaman belanja yang lebih baik bagi konsumen. Komponen-komponen penting dalam sistem informasi E-commerce di Toko Fasion Amalian Surakarta, seperti database produk, sistem pembayaran, dan sistem manajemen pesanan. Sistem ini memungkinkan pengguna untuk mencari dan memilih produk yang diinginkan, menambahkan produk ke keranjang belanja, melakukan pembayaran dengan aman, dan melacak status pengiriman pesanan. Dapat meningkatkan pengalaman pengguna dalam berbelanja online. Fitur-fitur ini meliputi pencarian produk yang mudah, deskripsi produk yang jelas, ulasan pelanggan, rekomendasi produk, dan dukungan pelanggan yang responsif. Dengan fitur-fitur ini, konsumen dapat membuat keputusan pembelian yang lebih baik dan merasa lebih terhubung dengan merek atau penjual. Pentingnya sistem informasi E-commerce dalam meningkatkan efisiensi bisnis dan memberikan pengalaman belanja yang lebih baik bagi konsumen. Dengan kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, E-commerce menjadi solusi yang relevan dalam dunia bisnis modern.

Kata Kunci : Uml, E-Commerce, Website, Fasion.

ABSTRACT

E-commerce information system that aims to increase efficiency, expand market reach, and provide a better shopping experience for consumers. Important components in the E-commerce information system at Fasion Amalian Surakarta Store, such as product databases, payment systems, and payment systems. order management. This system allows users to search for and select the desired product, add products to the shopping cart, make payments securely, and track the delivery status of orders. Can improve user experience in online shopping. These features include easy product search, clear product descriptions, customer reviews, product recommendations, and responsive customer support. With these features, consumers can make better purchasing decisions and feel more connected to brands or sellers. The importance of E-commerce information systems in increasing business efficiency and providing a better shopping experience for consumers. With advances in technology and changes in consumer behavior, E-commerce is becoming a relevant solution in the modern business world.

Keywords : Uml, E-Commerce, Website, Fasion

1. PENDAHULUAN

Toko Fasion Amalia Solo adalah sebuah toko yang menjual aneka fashion baik pria maupun wanita yang lengkap dan up to date. Toko Fasion Amalia Solo berlokasi cukup strategis, walaupun dipinggiran kota Surakarta, tetapi akses jalan yang sering dilewati kendaraan dari arah di area Surakarta. Banyak sekali Permintaan konsumn untuk kemudahan berbelanja online. Jika Toko Amalia Surkarta tidak memiliki kehadiran e-commerce, mereka mungkin kehilangan pelanggan yang mencari kenyamanan berbelanja dari rumah atau menggunakan perangkat mobile[1]. E-commerce dapat membantu perusahaan menjaga keberadaannya di pasar yang semakin kompetitif dan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik kepada pelanggan. Tren konsumen yang terus berkembang, misalnya, perubahan preferensi pembelian online yang semakin meningkat.

Keperluan usaha seperti kegiatan jual beli dan interaksi dengan konsumen dapat dilakukan dengan e-commerce. Selain itu, upaya peningkatan ekspansi usaha melalui iklan dan promosi media digital juga dapat dipenuhi (Putra dkk., 2019).

Rancang Bangun E-Commerce Berbasis Web Terhadap Produk Hasil Perkebunan Aprizal Pahri (2021). Dengan hasil penelitian membuat suatu media pemasaran dimana Petani dapat menjual produk hasil panen mereka melalui kelompok tani. Dan membuat suatu media promosi dan informasi mengenai hasil panen produk kopi untuk menjangkau masyarakat luas. membuat suatu media yang menyediakan fitur by request dimana konsumen dapat memesan produk kopi sesuai dengan kebutuhan. Perbedaan pada penilitian ini Sistem sebelum nya belum ada laporan barang favorit dan pada sistem yang penulis buat,konsumen harus mendaftar terlebih dahulu untuk melihat produk pada beranda, juga terdapat menu lapiran produk favorit.

Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Berbasis Woocommerce Sebagai Solusi Pemasaran Penjualan Madu, Roby Pamungkas (2020). Dengan hasil penelitian Sistem

informasi yang menghasilkan suatu sistem informasi penjualan yang mampu meningkatkan efisiensi dan efektifitas penjualan. Perbedaan pada penelitian kali ini Pada sistem terdahlu belum terdapat penjelasan tentang metode pembayaran. Dan pada penelitian yang saya buat pembayaran dapat terlihat pada sistem.

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka perlu dibangun sistem pengolahan data dan penjualan berbasis web e-commerce pada Toko Fasion Amalia dengan harapan dapat membantu kinerja dan memperluas jaringan perusahaan sekaligus mempermudah dan memperbanyak promosi perusahaan melalui internet sehingga bisa meningkatkan minat pembeli yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan perusahaan.

2. METODE

Peneliti di dalam mendapatkan data sebagai objek penulisan digunakan metode sebagai berikut :

1. Teknik Pengumpulan Data

Observasi, yaitu pencarian data dengan pengamatan dan penelitian secara langsung terhadap sistem berjalan pada Toko Fasion Amalia Solo, khususnya pada system.pendataan barang, proses transaksi, dan promosi.[2]

- a. Wawancara, yaitu melakukan tanya jawab kepada pihak-pihak yang secara langsung menangani sistem penjualan pada Toko Fasion Amalia Solo, yaitu wawancara dengan owner Toko Fasion Amalia dengan hasil sumber data primer adalah data produk, daftar harga, dan jenis produk.
- b. Studi Pustaka yaitu pengumpulan data dengan melihat dari buku yang didapat semasa kuliah dan melalui buku cetak, jurnal ilmiah dan situs internet.

2. Model Pengembangan Sistem

- a. Analisa Kebutuhan Sistem, dalam membangun e-commerce Toko Fasion Amalia Solo, yang sebelumnya dokumen masukannya hanya berupa kertas bon, dan dokumen keluaran

hanya laporan penjualan, maka interface yang diperlukan untuk mendukung software dalam proses komputersasi yang akan disediakan adalah tampilan halaman home, login, produk, detail produk, pendaftaran pelanggan, keranjang belanja, testimonial, dan profil.

b. Desain, perancangan desain setelah menganalisa kebutuhan *software* yang diperlukan adalah sebagai berikut:

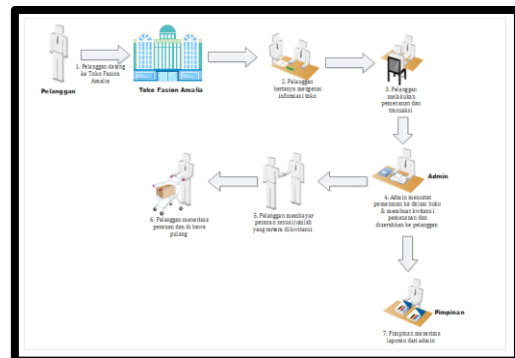
- a) Rancangan Database
Menggunakan Entity Relationship Diagram untuk menggambarkan tabel-tabel yang ada di program beserta relasi dan tipe datanya. Pemodelan konsep piranti lunak dengan Unified Modelling Language. Software rchitecture, dengan menggunakan pemrograman terstruktur, tahap ini menggambarkan component diagram dan deployment diagram.
- b) *Code Generation*, bahasa pemrograman untuk membuat *website e-commerce* pada Toko Fasion Amalia Solo ini adalah bahasa pemrograman terstruktur dengan menggunakan PHP, *text editor Adobe Dreamweaver CS6*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis sistem yang berjalan

Toko Fasion Amalia Surakarta yang berada di Surakarta saat ini tidak menggunakan website dalam proses melihat produk atau pembelian dan proses transaksi masih menggunakan informasi manual jadi pelanggan harus datang langsung ke Toko Fasion Amalia Surakarta Saat ini pelanggan harus datang langsung ke Toko untuk melihat beberapa produk yang dirasa tidak efisien menurut waktu dan biaya. Permasalahan saat ini perusahaan merasa kurang loyal terhadap pelanggan yang mengakibatkan banyak sekali pelanggan pindah ke toko lain untuk melakukan sebuah transaksi. Hal tersebut tentunya membuat Toko Fasion Amalia Surakarta Mengalami banyak sekali penurunan jumlah pendapatan. Untuk mengetahui

langkah-langkah prosedur yang berjalan, analisis sistem yang berjalan dibuat dalam bentuk workflow ditunjukkan pada Gambar berikut ini :

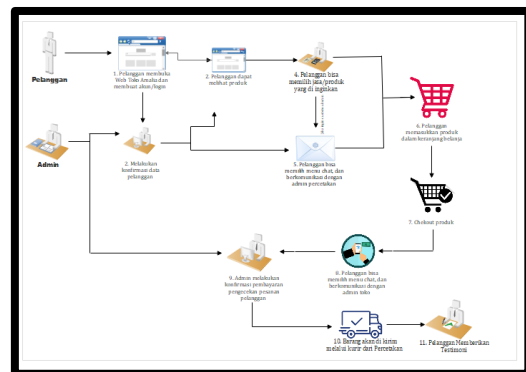


Gambar 1. Sistem yang berjalan

Keterangan :

Dalam Work Flow ini pelanggan harus melalui beberapa tahap untuk melakukan sebuah transaksi, pelanggan harus datang langsung ke Toko Fasion Amalia kemudian menemui Customer Service untuk menanyakan beberapa produk yang berada di toko, lalu pelanggan memilih dan membeli sesuai yang diinginkan kemudian admin akan mencatat pesanan pelanggan dan pelanggan melakukan pembayaran, lalu tahap terakhir menunggu produk yang telah di beli.

3.2 Sistem yang dikembangkan



Gambar 2. Sistem yang dikembangkan

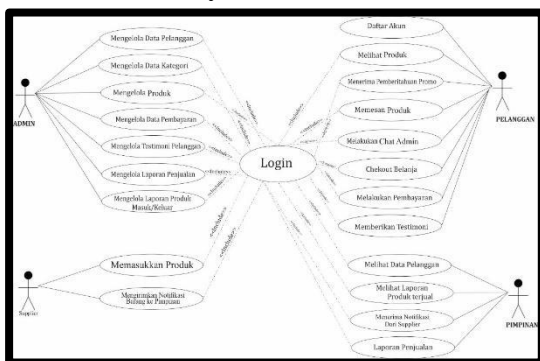
Keterangan :

Di dalam Work Flow yang akan di kembangkan pelanggan tidak perlu datang langsung ke percetakan, pelanggan bisa langsung membuka web Toko Fasion Amalia login dengan akun gmail jika sudah mempunyai akun, dan membuat akun terlebih dahulu untuk daftar member baru, setelah itu admin akan mengirim kan kode verifikasi

kepada pelanggan untuk bisa login, setelah login pelanggan akan di suguhkan dengan tampilan produk Toko Amalia Surakarta, dan bisa langsung memesannya, adapun fitur chat dengan Admin untuk custom ukuran produk yang di inginkan, setelah itu pelanggan melakukan pembayaran via transfer dan produk segera di proses dan di kirim ke pelanggan, selanjutnya pelanggan bisa memberikan testimoni perusahaan.

3.3 Use Case Diagram

Use case digunakan untuk memodelkan atau menggunakan batasan sistem dan fungsi-fungsi utamanya. Use case dari tiga bagian yaitu identifikasi aktor, identifikasi use case dan scenario use case merupakan pemodelan dari sistem informasi yang akan dibuat. Di dalam use case dengan penambahan hak akses supplier untuk menambahkan performalitas perusahaan kepada pelanggan. Berikut ini adalah use case yang diusulkan di Toko Fasion Amalia Surakarta, yaitu :

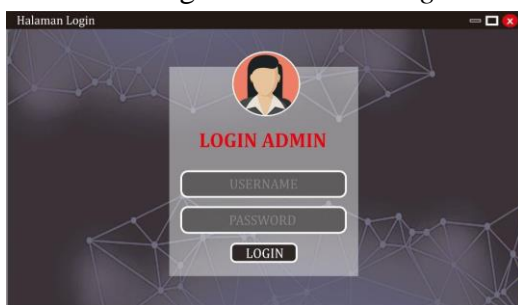


Gambar 3. Use Case Diagram

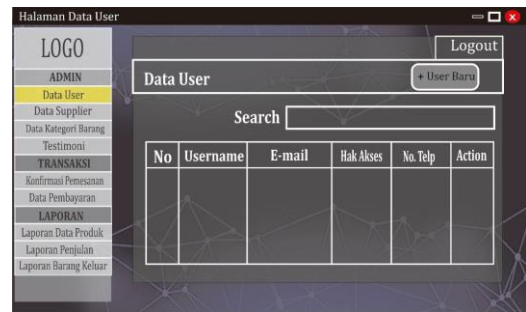
Untuk penelitian kualitatif, bagian hasil memuat bagian-bagian rinci dalam bentuk sub topik-sub topik yang berkaitan langsung dengan fokus penelitian dan kategori-kategori.

3.4 Implementasi Sistem

a. Perancangan Antarmuka Login Admin

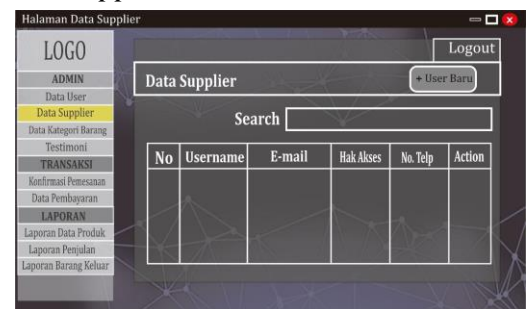


Gambar 4. Implementasi Antar Muka Login Admin



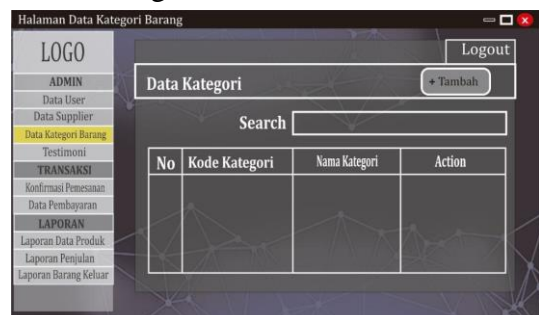
Gambar 5. Implementasi Antar Muka Data User

b. Perancangan Antarmuka Data Supplier



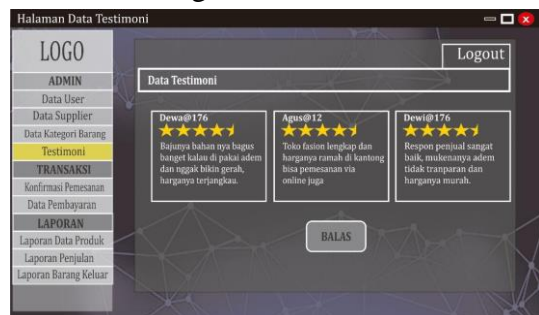
Gambar 6. Implementasi Antar Muka Data Supplier

c. Perancangan Antarmuka Data Kategori Barang



Gambar 7. Implementasi Antar Muka Data kategori Barang

d. Perancangan Antarmuka Testimoni



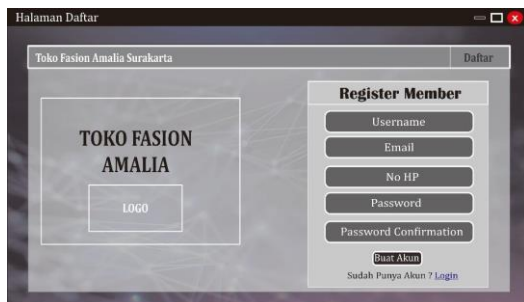
Gambar 8 Implementasi Antar Muka Testimoni

e. Perancangan Antarmuka Pelanggan Home



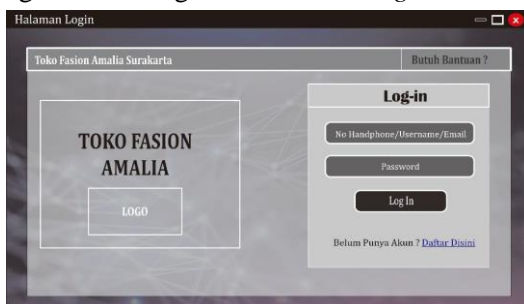
Gambar 9. Implementasi Antar Muka Utama Pelanggan

f. Perancangan Anatarmuka Pendaftaran Akun



Gambar 10. Implementasi Antar Muka Pendaftaran Pelanggan

g. Perancangan Antarmuka Login



Gambar 11. Implementasi Antar Muka Login

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

- Hasil analisis yang dilakukan dalam penelitian ini berupa *Website* yang memudahkan pelanggan memesan baju secara online
- Hasil perancangan yang dilakukan oleh peneliti berupa *website E-Commerce* Toko Amalia Fasion

4.2. Saran

- Fitur-fitur yang ada pada *website* penjualan online masih kurang misalnya

ada inovasi penambahan Metode CRM dalam *E-Commerce* penjualan

- seperti detail produk berdasarkan yang tersedia, informasi mengenai pembayaran dan pengiriman barang, keamanan data member dan lain-lain agar dapat dijaga kerahasiannya, maka perlu pengembangan lebih jauh baik fitur maupun penerapan security sistem yang bagus.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Oktaviani, N. Hasanah, and R. Mahmudati. 2022. "E-COMMERCE PADA TOKO BAJU XYZ DENGAN MENERAPKAN METODE CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)," vol. 1, no. 2, 2022, [Online]. Available: <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/biner>
- [2] M. E. Putri, D. Ayu, and N. Wulandari. 2016. "Sistem Informasi Monitoring Siswa Berbasis Web Dan SMS Gateway Pada SMK Negeri 37 Jakarta," *J. Tek. Komput.*, vol. 2, no. 2, pp. 49–55, 2016, [Online]. Available: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jtk/article/view/1620>
- [3] B. Sudrajat, "Rancang Bangun Sistem Informasi .2021. Penjualan Fashion Berbasis Web," *J. Interkom J. Publ. Ilm. Bid. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 13, no. 3, pp. 22–28, 2021, doi: 10.35969/interkom.v13i3.52.
- [4] I. Oktaviani, S. Duta, and B. Surakarta. 2016. "PROTOTYPE E-COMMERCE PETERNAKAN KAMBING DENGAN MENERAPKAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT," *J. IT CIDA*, vol. 2, no. 2, 2016.
- [5] M. Ahmia and H. Belbachir. 2018. "p, q-Analogue of a linear transformation preserving log-convexity," *Indian J. Pure Appl. Math.*, vol. 49, no. 3, pp. 549–557, 2018, doi: 10.1007/s13226-018-0284-5.
- [6] I. Oktaviani *et al.*, "RANCANG BANGUN E-COMMERCE PADA UKM DOLANAN BOCAH PINTER INFO ARTIKEL ABSTRAK," *J.*

- Penelit. dan Pengabdi. Kpd. Masy.*
UNSIQ, vol. 8, no. 1, pp. 61–67.
- [7] Warsiti. 2013. “Pembuatan Website E-Commerce Usaha Fashion,” vol. 2, no. 1, pp. 12–17, 2013.