

Sistem Informasi Penjualan *Online* Berbasis Web Pada Toko Citra Parfum

Imam Yuniarto ^{1,*}, Muhamad Malik Mutoffar ², Syadam Pratama ¹

* Korespondensi: e-mail: imam@ibm.ac.id

¹ Teknik Informatika; Institut Bisnis Muhammadiyah Bekasi; Jl. Sersan Aswan No. 16, Kec. Bekasi Timur, Kota Bekasi, Jawa Barat, telp/fax +62 21 82693450; e-mail: imam@ibm.ac.id, syadampratama@ibm.ac.id

² Teknik Informatika; Sekolah Tinggi Teknologi Bandung; Jl. Sukarno Hatta No. 378 Bandung, telp/fax +6222 522 4000; e-mail: malik@sttbandung.ac.id

Submitted : 18 Agustus 2023
Revised : 20 September 2023
Accepted : 25 Oktober 2023
Published : 30 November 2023

Abstract

This research aims to develop an online sales system (e-commerce) for Citra Parfum store in Tambun Selatan, Bekasi Regency. The store faces challenges in achieving sales targets and low customer numbers due to limited promotion through conventional channels and its hidden location within a residential area. The research utilizes the method of information system development, utilizing Visual Studio Code as a medium for creating the e-commerce website. The developed system includes the display of perfume products along with relevant information, a shopping cart, the checkout process, and online payment. This study proposes the implementation of a web-based e-commerce for Citra Parfum store. With the online sales system, it is expected that the number of sales transactions will increase, the marketing reach will expand, and buyers will be able to transact more easily. The research results are also expected to provide practical benefits to the management of Citra Parfum in improving customer satisfaction through the implementation of the online sales system.

Keywords: E-commerce, Sales Boost, Store, Website

Abstrak

Penelitian bertujuan mengembangkan sistem penjualan *online* (e-commerce) untuk toko Citra Parfum di Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi. Toko menghadapi kendala dalam mencapai target penjualan dan jumlah konsumen yang rendah karena keterbatasan promosi melalui saluran konvensional dan letaknya yang tersembunyi di perkampungan. Metode pengembangan sistem informasi digunakan dengan memanfaatkan aplikasi Visual Studio Code sebagai media pembuatan *website e-commerce*. Sistem yang dikembangkan mencakup tampilan produk parfum beserta informasi terkait, keranjang belanja, proses *checkout*, dan pembayaran *online*. Penelitian mengimplementasikan *e-commerce* berbasis web untuk toko Citra Parfum. Dengan sistem penjualan *online*, diharapkan jumlah transaksi penjualan meningkat, jangkauan pemasaran memperluas, dan pembeli dapat melakukan transaksi dengan lebih mudah. Hasil penelitian juga diharapkan memberikan manfaat praktis bagi manajemen Citra Parfum dalam meningkatkan kepuasan konsumen melalui implementasi sistem penjualan *online*.

Kata kunci: E-Commerce, Peningkatan Penjualan, Toko, Website

1. Pendahuluan

Toko Citra Parfum terletak di Kabupaten Bekasi, wilayah Tambun Selatan, dengan luas wilayah 4,310 Ha dan jumlah penduduk sekitar 518,932. Populasinya terdiri dari 26,085 pria dan

257,847 wanita, dimana 378,844 orang memeluk agama Islam yang mendorong penggunaan parfum. Wilayah ini memiliki 52 toko parfum berdasarkan *Google Maps*, dengan kepadatan toko sekitar 862 KM.

Toko Citra Parfum memiliki rata-rata 300 pengunjung perbulan dan omset penjualan parfum sekitar 2000 ml perbulan. Penjualan harian rata-rata adalah 20 ml dari 3 pembeli, terutama pada sore hari. Upaya meningkatkan hasil penjualan mencakup peningkatan volume menjadi 30 ml per botol dari 10 botol per hari.

Meskipun data penjualan Citra Parfum belum terkelola dalam database dan dicatat dalam buku catatan, rencana untuk menerapkan konsep *e-commerce* melalui *website* diharapkan akan meningkatkan transaksi penjualan dengan memanfaatkan internet sebagai media transaksi. Hal ini diupayakan untuk mengatasi kendala jarak yang mempersulit pembelian dan kesibukan pelanggan dalam kegiatan sehari-hari.

Kemajuan kerangka kerja ditandai dengan menggabungkan kerangka kerja lain untuk menggantikan kerangka kerja lama secara umum atau mengerjakan kerangka kerja saat ini (Wibowo & Susanto, 2016). Pembeneran di balik kemajuan kerangka data adalah bahwa ada masalah seperti anomali dan pengembangan hierarki, selain itu untuk memanfaatkan peluang (pelopor, pemerintah) (Purba et al., 2022).

Framework merupakan bagian utama dalam perencanaan framework data sebagai kumpulan komponen yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu (Hutahaeen, 2015). Setiap asosiasi pada dasarnya memiliki kerangka kerja data untuk mengumpulkan, menyimpan, melihat, dan menyampaikan data. Kebutuhan data terus berkembang mendorong pengembangan kerangka data untuk memutuskan. Data akan menjadi informasi yang ditangani menjadi struktur yang lebih bermanfaat dan lebih signifikan untuk penerima manfaat (Hutahaeen, 2015).

Kerangka data adalah kerangka kerja di dalam asosiasi yang menangani masalah pertukaran sehari-hari para eksekutif, menjunjung tinggi tugas, bersifat administratif, dan latihan utama dari suatu asosiasi dan melengkapi pihak luar tertentu dengan laporan yang diperlukan (Hutahaeen, 2015).

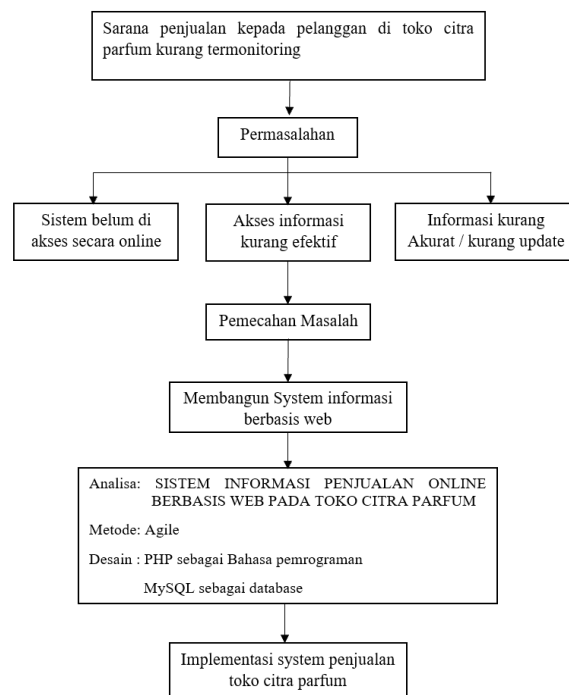
XAMPP adalah salah satu paket instalasi *apache*, *PHP*, dan *MySQL* secara instant yang dapat digunakan untuk membantu proses instalasi ketiga produk tersebut (Prayitno & Safitri, 2015). *SQL* merupakan bahasa nonprocedural kontras dengan bahasa generasi ketiga (*Third Generation Language* atau *3GL*). *SQL* merupakan bahasa yang digunakan untuk mengakses data dalam basis data relasional (Andriani, 2016). *CodeIgniter* memiliki kemampuan untuk memudahkan pengembang dalam menyelesaikan aplikasi dengan cepat, aman, dan kompleks (Syahputri, nur & Anggoro, Aryo, 2020). *Website* adalah seluruh halaman yang termuat dari suatu ruang yang berisi data (Prayitno & Safitri, 2015).

E-commerce informasi toko bisa lebih cepat tersampaikan kepelanggan dan jangkauan pemasaran yang lebih luas, sehingga diharapkan bisa meningkatkan penjualan produk pada Toko parfum. Penelitian ini menggunakan aplikasi *Visual Studio Code* sebagai media pembuatan

website E-commerce karena memiliki fitur lengkap dan banyak modul yang tersedia secara gratis (Song et al., 2022; Song & Lee, 2020; Rabbani et al., 2020). Perancangan media promosi dan penjualan *online* berbasis *website*, perancangan dan pembuatan dimaksudkan untuk memudahkan pengolaan, penjualan dan promosi juga mempermudah pembeli. Agar konsumen lebih mudah memilih aroma parfum, tanpa konsumen harus datang ke toko. Mempromosikan suatu produk harus disertai, dengan konsep yang mudah dan menarik agar diminati oleh konsumen dan masyarakat (Harahap & Sari, 2021).

2. Metode Penelitian

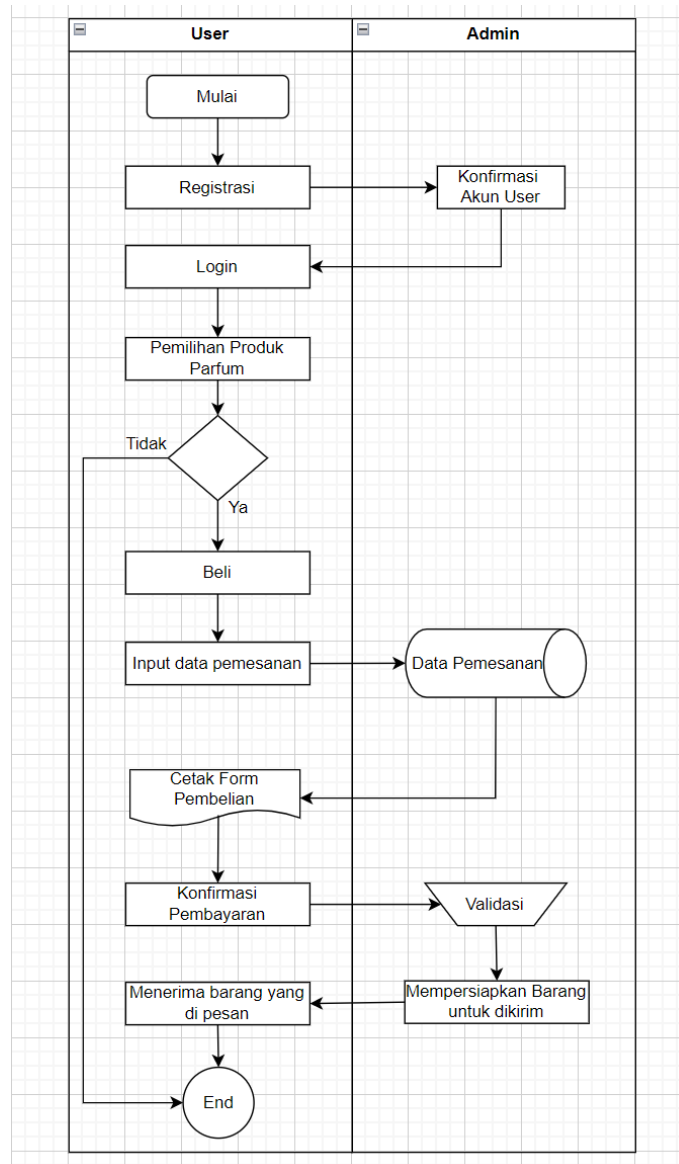
Metode pengembangan perangkat lunak *Agile* merupakan sebuah konsep pengembangan software yang mengandung arti cepat dilakukan cepat meresponse perubahan yang diminta oleh klien, dan melibatkan klien secara aktif dalam proses sehingga perangkat lunak atau modul yang dihasilkan merupakan kolaborasi dari setiap pihak yang terlibat (Mutoffar et al., 2019). Metode *Agile* mengutamakan keunggulan teknis saat mengembangkan perangkat lunak (Hutauruk & Pakpahan, 2021; Irsandi et al., 2020). Kesederhanaan sangat penting bagi *Agile* dalam mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki (Nova et al., 2022). Masing-masing tim melakukan refleksi agar dapat bekerja secara efektif dan memiliki pola kerja yang baik (Yunianto et al., 2019). Dalam *Agile* Software Development, interaksi dan personel lebih penting dari pada proses dan alat, software yang berfungsi lebih penting daripada dokumentasi yang lengkap, kolaborasi dengan klien lebih penting dari pada negosiasi kontrak, dan sikap tanggap terhadap perubahan lebih penting daripada mengikuti rencana (Mutaqin & Mutoffar, 2023).



Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Gambar 1. Kerangka Berpikir

Gambar 1 kerangka berpikir dapat menjelaskan secara garis besar logika terhadap alur berjalannya penelitian yang dilakukan.



Sumber: Hasil Penelitian (2023)

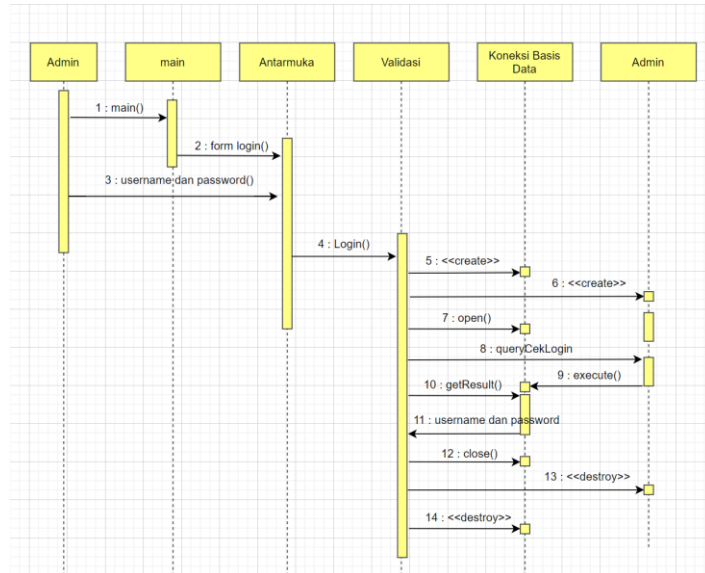
Gambar 2. Sistem yang Diusulkan

Alur sistem yang diusulkan *user* terlebih dahulu melakukan registrasi, kemudian admin akan memberikan konfirmasi akun kepada user melalui email, kemudian user dapat melakukan login untuk memilih produk dan melakukan pemesanan sampai ke penerimaan barang, seperti pada Gambar 2.

3. Hasil dan Pembahasan

Diagram interaksi dalam rekayasa perangkat lunak yang digunakan untuk menggambarkan urutan pesan, pemanggilan metode, dan interaksi antara objek-objek dalam suatu sistem. Ini membantu dalam mengilustrasikan alur eksekusi dari suatu skenario atau kasus

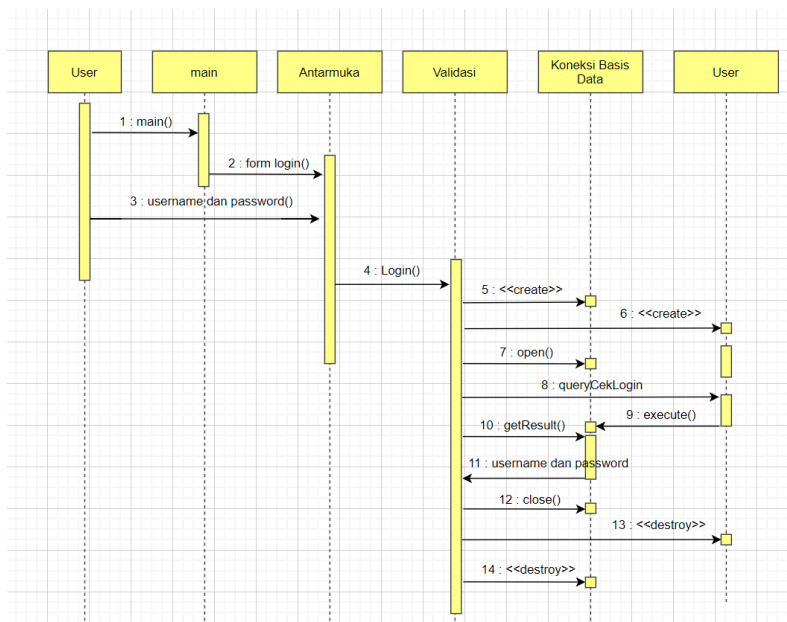
penggunaan dengan menggambarkan urutan waktu, objek-objek yang terlibat, dan pesan-pesan yang dikirim antara mereka. Diagram urutan menggunakan komponen seperti objek, pesan, pemanggilan metode, batas waktu, garis hidup objek, dan dimensi vertikal serta horizontal untuk menggambarkan interaksi yang terjadi dalam sistem.



Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Gambar 3. Squence Diagram Admin Login

Pada Gambar 3 menjelaskan Admin mengakses halaman login. Sistem menampilkan halaman login. Admin memasukkan email dan *password*. Sistem secara otomatis akan memanggil database untuk memvalidasi email dan *password* yang telah dikirim oleh admin.

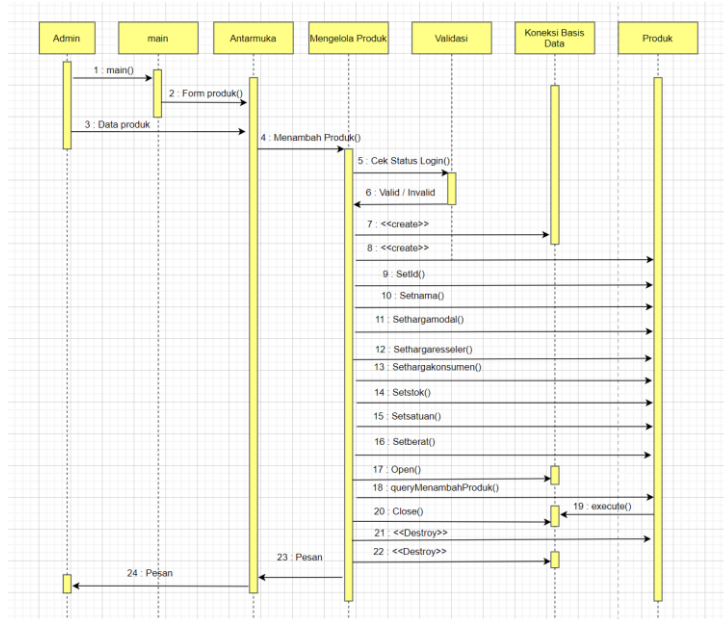


Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Gambar 4. Squence Diagram User Login

Pada Gambar 4 pelanggan diharuskan terlebih dahulu melakukan register, sebelum melakukan login. Sistem akan menampilkan halaman login. Pelanggan diharuskan menginput

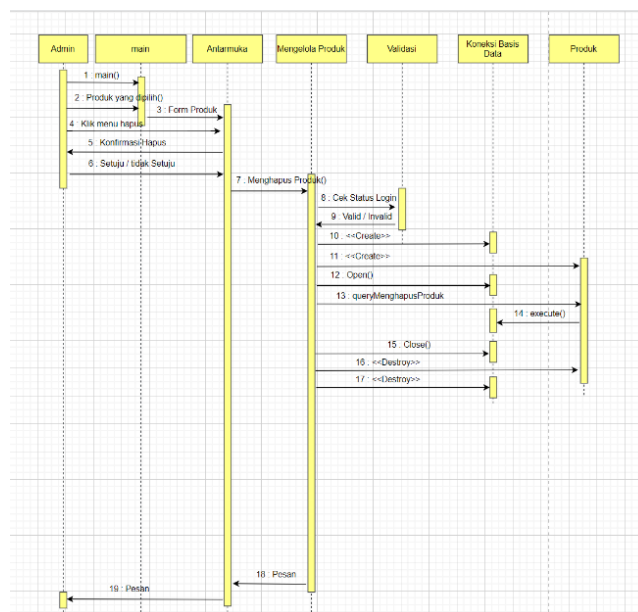
email dan password. Sistem akan memanggil *database* untuk memvalidasi data yang dimasukkan. Apabila data yang dimasukkan benar, sistem akan menampilkan *dashboard*. Apabila gagal, sistem akan mengembalikan ke halaman *login*.



Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Gambar 5. *Sequence Diagram* Admin Menambah Produk

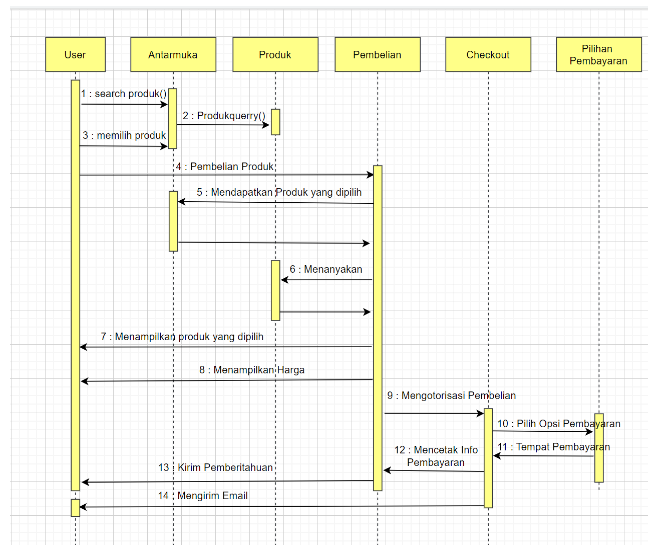
Menambah Produk pada Gambar 5 adalah Admin login dan masuk ke halaman Produk. Halaman produk akan menampilkan menu tambah data, hapus produk dan edit produk. Admin bisa memilih menu tambah data, sistem akan menampilkan halaman tambah produk, admin dianjurkan untuk mengupload data produk yang diinginkan. Untuk penambahan gambar, admin bisa memilih gambar dari galeri.



Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Gambar 6. *Sequence Diagram* Admin Menghapus Produk

Hapus Produk pada Gambar 6 adalah admin login dan masuk ke halaman Produk. Halaman produk akan menampilkan menu hapus data, sistem akan menampilkan halaman hapus produk.

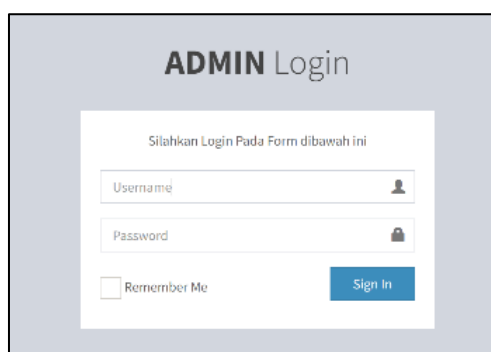


Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Gambar 7. *Sequence Diagram Checkout*

Checkout pada Gambar 7 adalah pelanggan melakukan pemesanan atau checkout di halaman produk. Halaman produk menampilkan produk Parfum dan Botol, jika pelanggan sudah memilih Parfum dan Botol yang diinginkan, langkah selanjutnya adalah pilih menu beli *cash* atau *debit*. Setelah pelanggan memilih salah satu metode pembeliannya, sistem akan mengirim notifikasi kelanjutan proses pesanan.

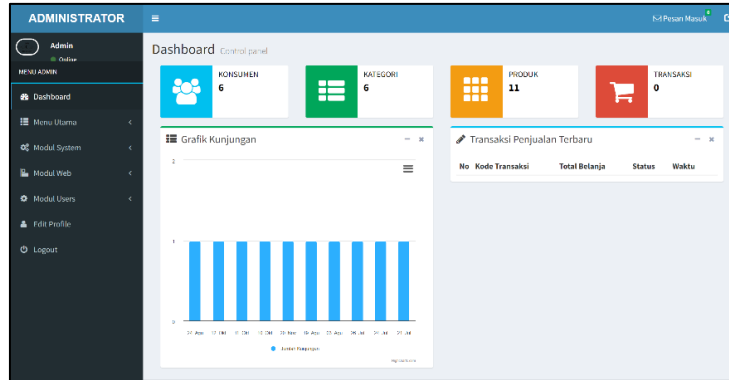
Berdasarkan pada rancangan diagram, selanjutnya dibuat antarmuka (*interface*) dari penjualan dengan memanfaatkan *platform online* berbasis *website*. Berikut tampilan *interface* toko Citra Parfum.



Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Gambar 8. Halaman Admin Login

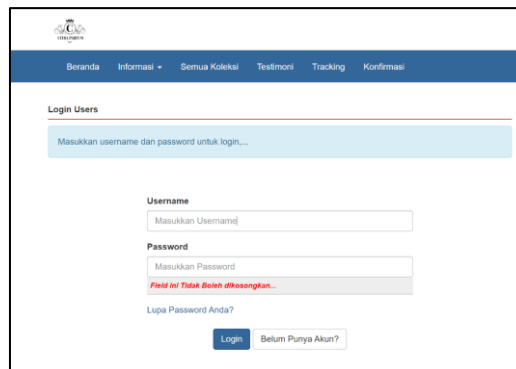
Pada Gambar 8 adalah rancangan halaman login admin harus memasukkan email dan password agar dapat masuk ke dalam *website* dan melakukan aktifitas Admin.



Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Gambar 9. Halaman *Dashboard Admin*

Pada Gambar 9 adalah halaman *dashboard admin*, untuk mengakses *dashboard admin* diwajibkan untuk melakukan *login* atau *register*. *Dashboard admin* merekap semua akun konsumen, kategori, produk dan transaksi.



Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Gambar 10. Halaman *User Login*

Pada Gambar 10 adalah halaman *login user* harus memasukkan *email* dan *password* jika sudah punya akun. Jika belum mempunyai akun bisa mendaftarkan akun terlebih dahulu.



Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Gambar 11. Halaman *User*

Pada Gambar 11 adalah rancangan halaman *User*, Halaman data properti adalah halaman yang muncul ketika pelanggan sebelum ataupun selesai login.

4. Kesimpulan

Mengadaptasi penjualan secara *online* dalam Citra Parfum memiliki potensi besar untuk menghasilkan peningkatan signifikan dalam tingkat penjualan. Dengan memanfaatkan platform *online*, Citra Parfum dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas dan beragam, melebihi batasan geografis fisik. Melalui langkah-langkah seperti membangun situs web. Penggunaan sistem penjualan *online* memungkinkan toko Citra Parfum untuk menyajikan berbagai produk parfum dengan rinci dan menarik kepada pelanggan. Dengan deskripsi yang lengkap, gambar produk yang berkualitas, serta informasi harga yang jelas, pelanggan dapat melakukan pemilihan produk secara lebih efisien sebelum membuat keputusan pembelian. Pemasaran di *social media* seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter*, toko dapat membagikan konten menarik tentang produk dan tawaran special. Untuk pembelian produk dalam pengembangannya dapat menggunakan sistem pembayaran dengan *E-Wallet*, seperti *Gopay*, *OVO*, *Dana*.

Daftar Pustaka

- Andriani, A. (2016). *Manajemen Basis Data: Pemodelan, Perancangan dan Penerapan*. Deepublish Publisher.
- Harahap, F., & Sari, W. (2021). *Membuat Web Penjualan Toko Parfum di Kota Pontianak Build a Perfume Shop Sales Web in Pontianak City*. 2(372), 169–178. <https://stmikpontianak.org/jurnal/file/1305-3925-1-PB.pdf>
- Nova, S.H, Widodo, A.P, & Warsito, B. (2022). Analisis Metode *Agile* pada Pengembangan Sistem Informasi Berbasis *Website*. *Jurnal Techno. Com*. Vol. 21, Issue 1. <https://publikasi.dinus.ac.id/index.php/technoc/article/view/5659>
- Hutahaean, J. (2015). *Konsep Sistem Informasi*. Deepublish Publisher.
- Hutauruk, A. C., & Pakpahan, A. F. (2021). Perancangan Sistem Informasi Organisasi Mahasiswa Berbasis Web pada Universitas Advent Indonesia Menggunakan Metode *Agile Development* (Studi Kasus: Universitas Advent Indonesia). *CogITo Smart Journal*, 7(2), 315–328.
- Irsandi, J. S., Fitri, I., & Nathasia, N. D. (2020). Sistem Informasi Pemasaran dengan Penerapan CRM (Customer Relationship Management) Berbasis *Website* menggunakan Metode Waterfall dan *Agile*. *Jurnal JTIC (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi)*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:231814136>
- Mutaqin, M. Z., & Mutoffar, M. M. M. (2023). Implementasi Algoritma Naive Bayes Untuk Memprediksi Lama Waktu Pengerjaan Uji Kompetensi Keahlian (UKK) Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). *Journal of Students' Research in Computer Science*, 4(1), 37–52. <https://doi.org/10.31599/jsrscs.v4i1.2343>
- Mutoffar, M. M., Yuniarto, I., & Afitriansyah, H. (2019). Aplikasi Praktek Kerja Lapangan Berbasis Web. *Nasional Riset Aplikasi Dan Teknik Informatika*, 01(02), 29–38.

- Prayitno, A., & Safitri, Y. (2015). Pemanfaatan Sistem Informasi Perpustakaan Digital Berbasis Website Untuk Para Penulis. *IJSE – Indonesian Journal on Software Engineering*, 1 No 1, 10.
- Purba, R. A., Simarmata, J., Darsin, W. O. R. A., Jamaludin, J., Ichwani, A., Arni, S., Nur, M. P. M. N. A., & Muslihi, M. T. (2022). *Pengembangan Sistem Informasi: Analisis, Pemodelan, dan Perangkat Lunak*. Yayasan Kita Menulis.
- Rabbani, I., & Krisnanik, E. (2020). *E-commerce Perlengkapan Haji Dan Umroh Berbasis Web Menggunakan Metode Agile Software Development*. Prosiding Senamika. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/senamika/article/view/584>
- Song, Y., & Lee, J. (2020). Importance of Event Binary Features in Stock Price Prediction. *Applied Sciences (Switzerland)*, 10(5). <https://doi.org/10.3390/app10051597>
- Song, Y., Liu, J., Zhang, W., & Li, J. (2022). Blockchain's Role in E-commerce Sellers' Decision-Making on Information Disclosure Under Competition. *Annals of Operations Research*, 1–40.
- Syahputri, A., N. & Anggoro, D. A. (2020). Penerapan Sistem Informasi Penjualan Dengan Platform E-commerce Pada Perusahaan Daerah Apotek Sari Husada Demak. *SINTECH (Science and Information Technology) Journal*, 3(1), 58–69. <https://doi.org/10.31598/sintechjournal.v3i1.540>
- Wibowo, A., & Susanto, B. (2016). Pengembangan Sistem Informasi Website KPU Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 2(2), 231–243. <https://doi.org/10.28932/jutisi.v2i2.471>
- Yunianto, I., & Malik Muthofar, M. (2019). Perancangan Aplikasi E-Learning pada Pusat Kegiatan Belajar-Masyarakat (PKBM) Muhammadiyah Cempaka Putih. *Jurnal Ilmiah Nasional Riset Aplikasi Dan Teknik Informatika*, 01(02), 62–72. <https://naratif.sttbandung.ac.id/index.php/naratif/article/view/naratif.v1i2.71/28>