

Perancangan Sistem Penjualan Online Berbasis Web Pada Toko Longgtime.Id Menggunakan Metode *Waterfall*

Gilang Nur Dwiasyah¹, Muhammad Alfito Risky Pratama², Irfan Maulana³, Saprudin⁴

Fakultas Ilmu Komputer, Teknik Informatika, Universitas Pamulang, Kota, Indonesia

Email: ¹gilangnurdwiasyah@email.com, ²muhammadalfito103@email.com, ³i82000m@email.com,
⁴dosen00845@unpam.ac.id

Abstrak – *E-commerce* merupakan suatu cara masyarakat dalam memenuhi kebutuhan di tengah kesibukan sehari-hari. Di Indonesia banyak market place yang menyediakan untuk melakukan *e-commerce*. Dengan banyaknya penyedia *e-commerce*, banyak juga masalah yang timbul di dalamnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan transaksi jual beli pada aplikasi berbasis website, untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli secara online, untuk mengetahui efisiensi terhadap konsumen yang melakukan transaksi jual beli secara online melalui aplikasi online. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *waterfall* yang bersifat sekuensial linier yaitu proses pengerjaan dari suatu sistem dilakukan secara berurutan dan sistematis. Teknik pengumpulan data primer dengan wawancara dan data sekunder dengan membaca, mengkaji, dan menganalisa bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum terseir. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif yaitu ditafsirkan secara logis dan sistematis kemudian ditarik kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian bahwa pelaksanaan transaksi berbasis website dengan log in, mencari barang, ajukan penawaran atau beli, masukan *email*, masukan alamat rumah pengiriman, jasa pengirim, dan metode pembayaran, lalu melakukan pembayaran. Faktor yang mendorong masyarakat melakukan *e-commerce* karena lebih hemat, lebih murah, dan lebih praktis.

Kata Kunci: Aplikasi Website, Konsumen, Transaksi Online.

Abstract – *E-commerce* is a way for people to meet their needs in the midst of their daily activities. In Indonesia, there are many market places that provide *e-commerce* services. With so many *e-commerce* providers, there are also many problems that arise in it. This study aims to determine the implementation of buying and selling transactions on website-based applications, to find out the factors that encourage people to make buying and selling transactions online, to find out the efficiency of consumers who make buying and selling transactions online through online applications. The research method used is the *waterfall* method which is linear sequential in that the process of working on a system is carried out sequentially and systematically. The primary data collection technique is by interviewing and secondary data by reading, reviewing, and analyzing primary legal materials, secondary legal materials, and tertiary legal materials. The analysis technique used is qualitative analysis, which is interpreted logically and systematically and then conclusions are drawn. Based on the results of the study that carry out website-based transactions by logging in, searching for goods, submitting an offer or buying, entering an email, entering the delivery address, delivery service, and payment method, then making a payment. Factors that encourage people to do *e-commerce* because it is more efficient, cheaper, and more practical.

Keywords: Website Applications, Consumers, Online Transactions

1. PENDAHULUAN

Perdagangan secara konvensional mengharuskan pembeli bertemu dengan penjual dalam suatu tempat dan melakukan transaksi jual beli ditempat tersebut. Namun tidak semua orang memiliki waktu untuk datang ke toko untuk membeli, penjual juga dapat menghemat biaya penyewaan tempat yang menjadi masalah utama dalam penjualan secara *offline*. Terlebih di zaman modern yang serba menggunakan internet saat ini cara lama seperti itu mulai ditinggalkan.

Penggunaan computer dalam bidang pemasaran dan penjualan dalam beberapa tahun terakhir berkembang dengan pesatnya (Jauhari, 2010), Dengan adanya internet proses pemasaran dan penjualan dapat dilakukan kapan saja tanpa terikat ruang dan waktu (Jinling et al, 2009). Inovasi di dalam dunia perdagangan telah bermunculan, salah satunya adalah *e-commerce*. Para pemain di bidang usaha khususnya penjual jam tangan harus mengembangkan usahanya untuk masuk ke dalam internet agar memberikan kemudahan bertransaksi kepada konsumen tanpa harus datang ke toko dan menghemat waktu konsumen yang tidak bisa datang langsung ke toko. Tingginya tingkat persaingan yang ada tidak hanya dirasakan oleh perusahaan-perusahaan besar tetapi juga

dialami oleh perusahaan kecil menengah di Indonesia. Lebih dari 95% perusahaan di Negara Berkembang adalah Usaha Kecil Menengah (OECD, 2012). LONGGTIME.ID merupakan toko jam yang sudah melayani penjualan *offline* atau di tempat. banyak nya persaingan dagang di penjualan toko *offline*, membuat Penulis berinisiatif untuk membuat website berbasis online shop. dengan adanya website berbasis online shop pada LONGGTIME.ID. Penulis bisa melayani seluruh *costumer* yang ada di berbagai penjuru Indonesia atau dunia.

Bisnis *online* shop ini menjanjikan peluang lebih besar di banding kan bisnis di tempat atau *offline*, dengan di buatnya website berbasis *online shop* pada toko jam tangan LONGGTIME.ID. Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk membuat Laporan Kerja Praktisk dengan judul : “PERANCANGAN SISTEM PENJUALAN ONLINE BERBASIS WEB PADA TOKO LONGGTIME.ID MENGGUNAKAN METODE WATERFALL”

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Wawancara

Wawancara dilakukan untuk emndapatkan data-data yang akurat mengenai pembuatan website dengan cara tanyajawab langsung kepada yang bersangkutan.

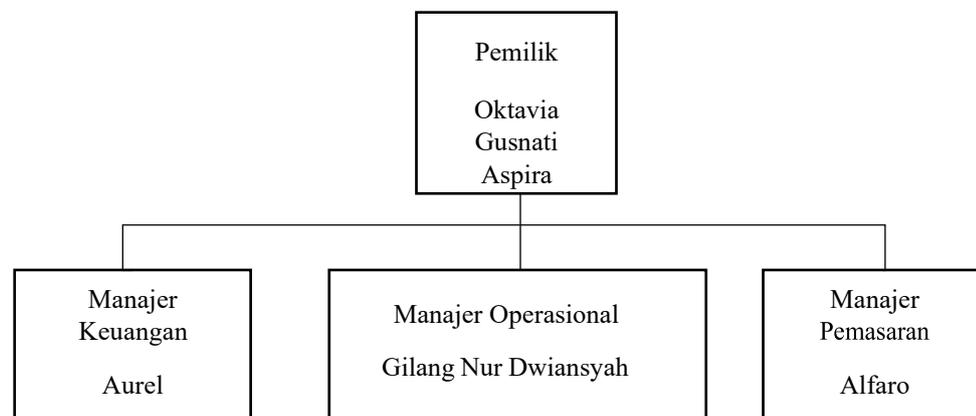
2.2 Observasi

Observasi adalah pengamatan langsung bagaimana cara kerja website dan bagaimana mempublikasikan berita informasi secara online yang bisa di akses melalui internet.

2.3 Studi Pustaka

Studi pustaka adalah proses untuk melakukan tinjauan umum dari karya literatur yang diterbitkan sebelumnya terkait berbagai macam topik. Karya literatur yang ditinjau atau dipelajari dapat mengacu kepada tulisan-tulisan non-fiksi makalah ilmiah, tesis, disertasi atau tulisan-tulisan di luar karya ilmiah namun masih merupakan tulisan non-fiksi seperti buku atau artikel.

2.4 Struktur Organisasi



Gambar 1. Struktur Organisasi LONGGTIME.ID

2.5 Tugas dan Wewenang

Tabel 1. Tugas dan Wewenang

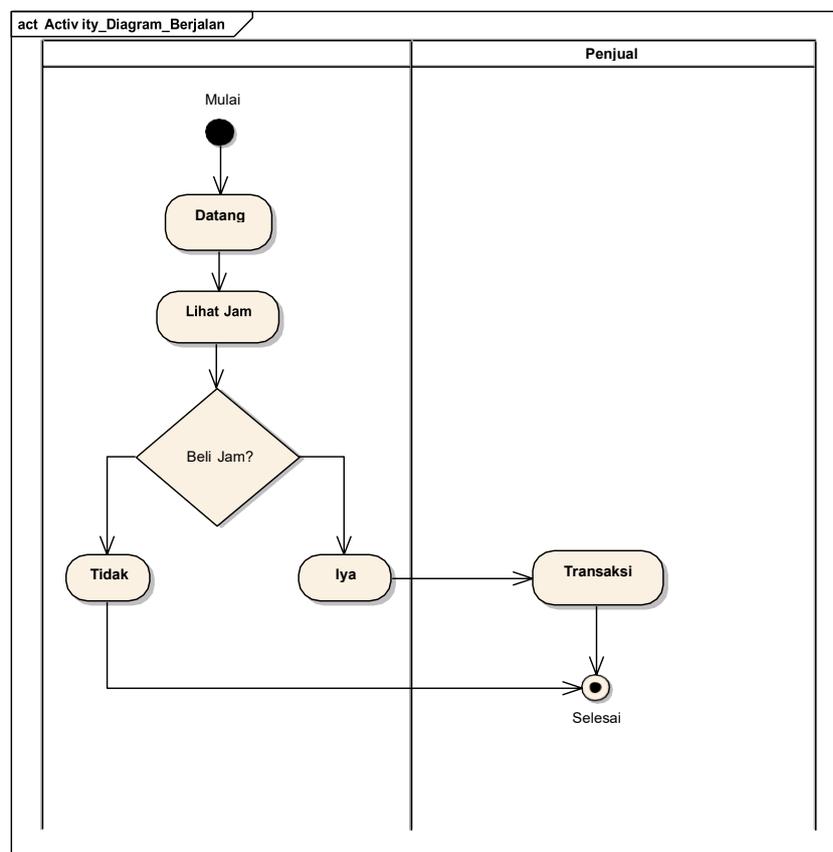
No	Jabatan / Status	Nama	Keterangan
1.	Pemilik	Oktavia GusnatiAspira	Membuat peraturan serta kebijakan yang berlaku di usahanya dan setiap kebijakannya harus dipatuhi oleh semua pegawai

2.	Manajer Operasional	Gilang Nur Dwiansyah	Mengawasi persediaan barang
3.	Manajer Keuangan	Aurel	Mengontrol keuangan dan usaha
4.	Manajer Pemasaran	Alfaro	Mempelajari kebutuhan konsumen dan mempromosikan konsep produk

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1 Activity Diagram Sistem Berjalan

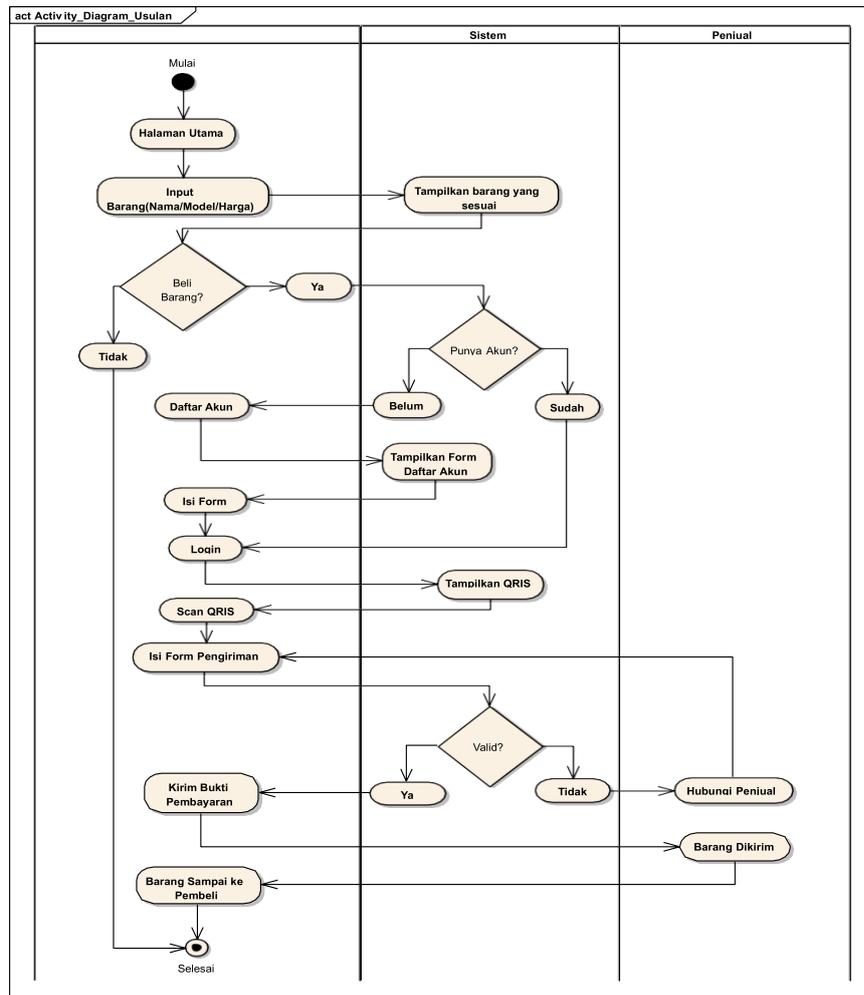
Activity diagram system berjalan menunjukkan model sistem yang sudah berjalan dari pertamakali dibentuk sampai sekarang. Berikut adalah *activity diagram system* berjalan dari toko LONGGTIME.ID :



Gambar 2 Activity Diagram Sistem Berjalan

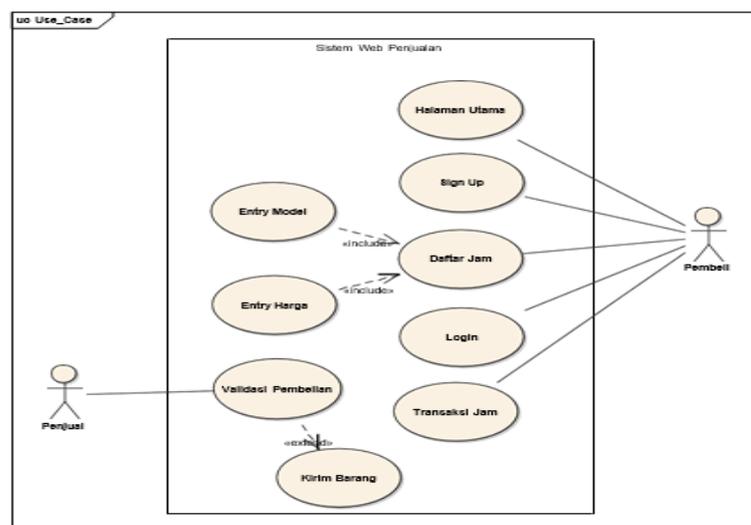
3.2 Activity Diagram Usulan

Activity diagram system berjalan menunjukkan model sistem yang diajukan untuk mengganti sistem lama yang masih berjalan. Berikut adalah *activity diagram system* usulan dari toko LONGGTIME.ID :



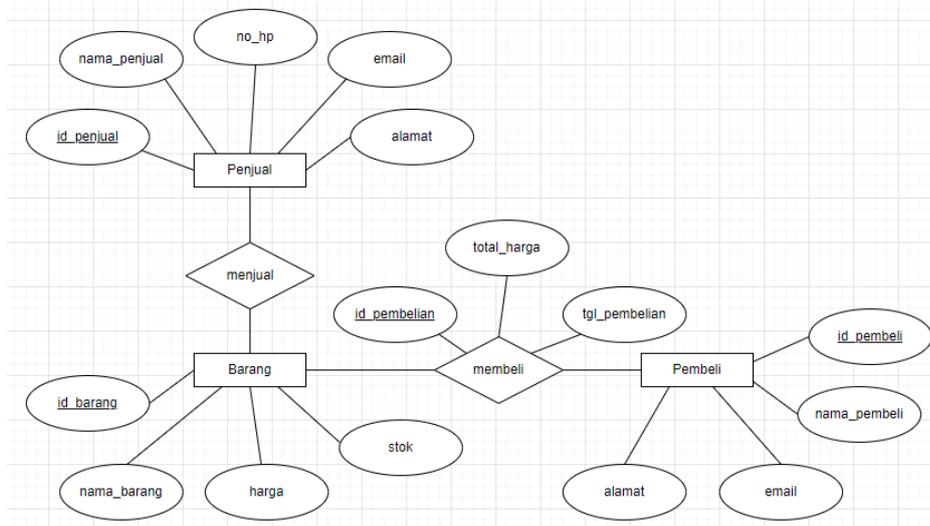
Gambar 3 Activity Diagram Sistem Usulan

3.3 Use Case System Web Berjalan



Gambar 4 Use Case Sistem Web Berjalan

3.4 Perancangan Database



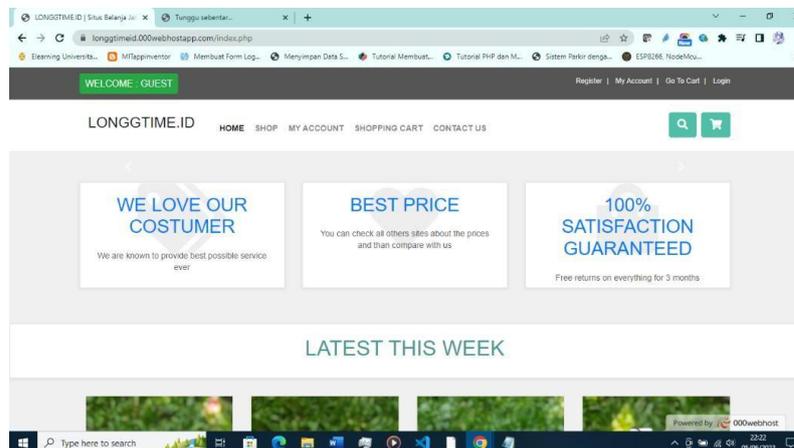
Gambar 5 Entity Relationship Diagram (ERD)

4. IMPLEMENTASI

4.1 Implementasi Interface

a. Halaman Utama

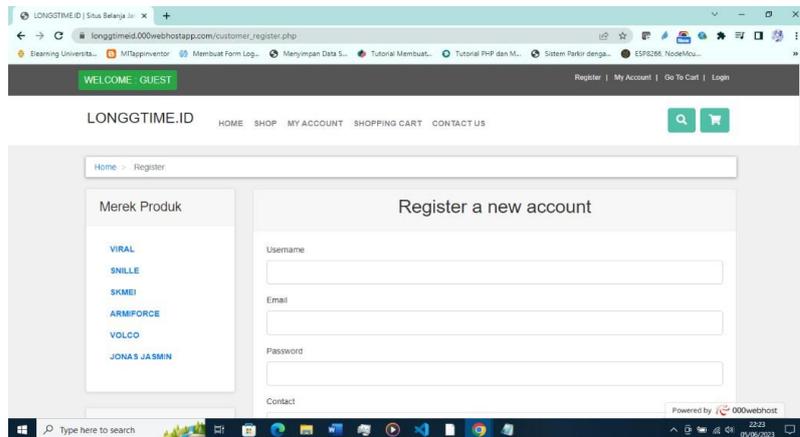
Halaman utama (Home) adalah tampilan pertama kali saat mengunjungi web LONGGTIME.ID, yang berisi motto dan produk baru yang ditambahkan.



Gambar 6 Halaman Utama (Home)

b. Register (SingUp)

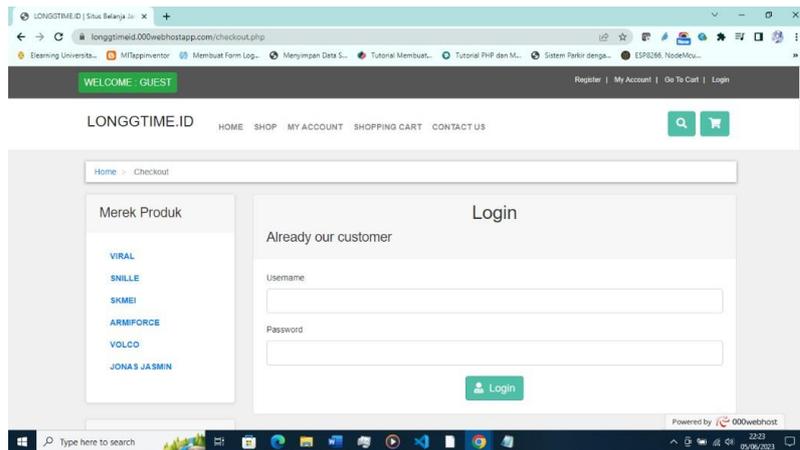
Register adalah fitur yang digunakan untuk mendaftar akun baru agar bisa menikmati fitur tambahan yang tidak dimiliki oleh guest. Tampilan register web LONGGTIME.ID berisi form untuk mendaftar akun baru agar bisa melakukan pembelian di LONGGTIME.ID.



Gambar 7 Page Register

c. *Login*

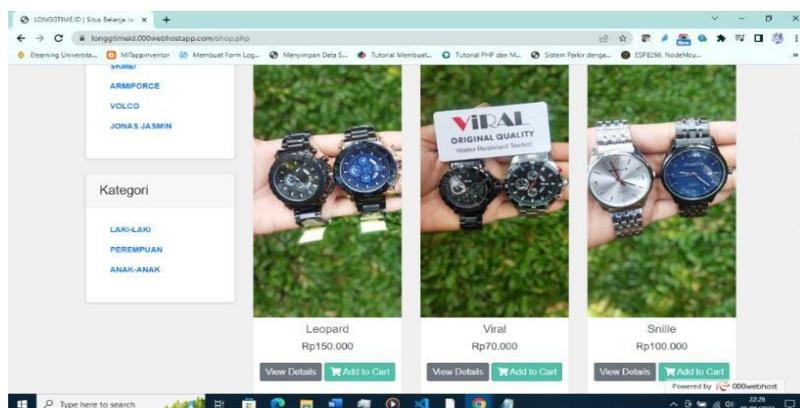
Login adalah fitur yang digunakan saat telah mendaftar pada sebuah platform. Login di web LONGGTIME.ID berguna untuk para pengunjung bisa membeli jam tangan.



Gambar 8 Halaman Login

d. *Shop*

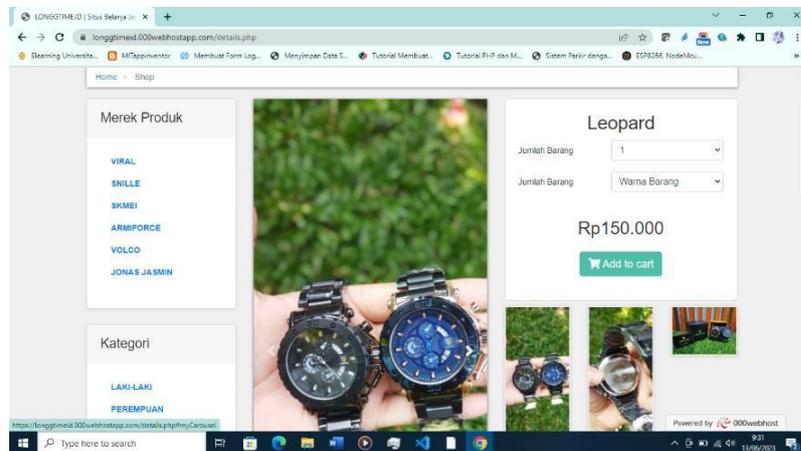
Shop adalah fitur yang disediakan untuk customer memilih jam dari model sampai harga yang diinginkan untuk dibeli.



Gambar 8 Halaman Shop

e. Transaksi

Transaksinya adalah halaman jual beli, deskripsi produk barang dan gambar jam tangan untuk membeli barang.



Gambar 9 Halaman Transaksi

f. Validasi

Verifikasi adalah proses pembelian produk jam tangan di LONGGTIME.ID **Gambar 8** Halaman jual beli.



Gambar 10 Proses Validasi Pembelian

5. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan dalam bab-bab sebelumnya terhadap sistem yang berjalansaat ini mengenai sistem penjualan online berbasis web pada toko LONGGTIME.ID serta rancangan sistem usulan,maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa :

- Sistem transaksi yang berjalan saat ini juga memiliki kekurangan di era modern saat ini yaitu kurangnya promosi ke masyarakat luas serta kurangnya *efisiensi* transaksi antar penjual dan pembeli, jika hanya terdapat toko jam LONGGTIME.ID di daerah tersebut tentu toko masih dapat berkembang tetapi jika ada toko jam lain maka menjadi masalah bagi keberlangsungan toko jam LONGGTIME.ID, promosi yang terbatas dan kurangnya *efisiensi* dalam transaksi memaksa toko jam LONGGTIME.ID beralih ke aplikasi web. Pembeli juga masih bisa datang



langsung ke toko kalau semisal lebih nyaman dengan transaksi secara langsung dengan penjual.

- b. Sistem transaksi yang berjalan di toko LONGGTIME.ID saat ini masih menggunakan metode pembeli datang ke toko lalu untuk pembayaran *hybrid* artinya bisa melalui cash atau menggunakan saldo bank. Dengan adanya sistem baru diharapkan dapat membantu toko LONGGTIME.ID dalam berdagang yang lebih efisien
- c. Rancangan aplikasi penjualan berbasis web dibuat dengan harapan dapat membantu toko jam LONGGTIME.ID dalam memasarkan produk jamnya ke masyarakat luas dan bersaing dengan toko-toko jam yang ada di seluruh Indonesia.

REFERENCES

- Avriyanti, S. (2020). Peran e-commerce untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di era industri 4.0 (studi pada ukm yang terdaftar pada dinas koperasi, usaha kecil dan menengah kabupaten tabalong). *PubBis: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 4(1), 83–99.
- Josi, A. (2017). Penerapan metode prototyping dalam pembangunan website desa (studi kasus desa sugihan kecamatan rambang). *Jurnal Teknologi Informasi Mura*, 9(1).
- yang Dicapai, H. (n.d.). *PELATIHAN E-COMMERCE PADA UKM DI PASAR SENILEGIAN BADUNG UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING*.