

Informasi Penjualan pada UKM (Usaha Kecil Menengah) Tradisional dan Herbal Skincare Berbasis E-Commerce

Nunung Nurmaesah¹, Rahmat Tullah², Widhitias Aprilia Dhela Santya³

¹Bisnis Digital, STMIK Bina Sarana Global, Tangerang

^{2,3}Teknik Informatika, STMIK Bina Sarana Global, Tangerang

Email: ¹nunungnurmaesah@stmikglobal.ac.id, ²kanjeng.ratoe@gmail.com, ³widhitiasaprilial17@gmail.com

Abstrak - Era sekarang, globalisasi pasar telah mempengaruhi perilaku perdagangan yang selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Begitu juga Usaha Kecil Menengah (UKM) yang juga dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan pasar agar dapat bertahan dan meningkatkan market share. Namun demikian tidak semua produk-produk dari UKM dikenal luas oleh masyarakat. Hal ini disebabkan karena promosi yang dilakukan oleh UKM kalah bersaing dengan industri yang lebih besar. Begitu pula UKM milik Ibu Ayu yang kurangnya promosi dikarenakan penjualan produk hanya melalui media tatap muka dan transaksi dilakukan secara langsung dengan datang ke toko, selain itu penjualan lainnya pun hanya melalui media sosial pribadi yang mayoritas *customer* nya merupakan rekan-rekan terdekatnya. Adapun dalam pembuatan sistem ini, penulis memakai rancangan untuk menganalisa sistem rancangan menggunakan UML, dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP. Dengan aplikasi *e-commerce* dan perancangan ini diharapkan dapat memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi.

Kata Kunci - penjualan, UKM, *skincare*, UML, PHP.

Abstract - The current era, market globalization has influenced trading behavior which always tries to meet consumer needs. Likewise, Small and Medium Enterprises (UKM) are also required to be able to follow market developments in order to survive and increase market share. UKM is the largest business group in Indonesia and maybe even in the world. However, not all products from SMEs are widely known by the public. This is because promotions carried out by SMEs are unable to compete with promotions from larger industries. The main cause of this is the lack of promotion budget from SMEs. Likewise, the UKM owned by Ibu Ayu which lacks promotion is due to product sales only through face-to-face media and transactions are carried out directly by coming to the shop, besides that other sales are only through personal social media where the majority of her customers are her closest colleagues. As for making this system, the authors use the design to analyze the design system using UML, prototype using the PHP programming language. With this e-commerce application and design, it is hoped that it can make it easier for customers to make transactions.

Keywords - sales, UKM, *skincare*, UML, PHP.

I. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi atau yang dikenal dengan istilah Information and

Communication Technology (ICT) dan internet telah merambah berbagai bidang kehidupan tidak terkecuali bidang bisnis dan perdagangan. Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah kelompok usaha terbesar di Indonesia bahkan mungkin di dunia. Banyaknya UKM ini disebabkan karena produk-produk dari UKM sangat diminati bahkan dibutuhkan oleh masyarakat.

Namun demikian tidak semua produk-produk dari UKM dikenal luas oleh masyarakat. Hal ini disebabkan karena promosi yang dilakukan oleh UKM kalah bersaing dengan promosi dari industri yang lebih besar. Penyebab utama dari hal ini adalah minimnya anggaran promosi dari UKM, salah satunya pada UKM milik Ibu Ayu yang didirikan oleh perseorangan. Selama ini penjualan produk pada UKM Skincare Ibu Ayu hanya melalui media tatap muka dan transaksi dilakukan secara langsung dengan datang ke toko. Dan penjualan lainnya hanya melalui media sosial pribadi yang mayoritas *customer*nya merupakan rekan-rekan terdekatnya. UKM Skincare Ibu Ayu merupakan UKM yang penjualan dan pemasarannya masih bersifat manual, sehingga pendapatan yang didapatkannya masih terbatas. Dokumen penjualan dari hari ke hari tidak terstruktur dengan baik, banyak dokumen yang hilang karena tidak tersimpan sehingga tidak ada evaluasi agar UKM bisa lebih baik dari hari ke hari.

Dari kendala tersebut dapat diidentifikasi bahwa proses pemasaran dan penjualan produk UKM masih bersifat media sosial pribadi sehingga produk yang di pasarkan tidak banyak di ketahui oleh konsumen, proses pemasaran dan penjualan yang masih manual, sehingga hasil yang di dapatkan masih terbatas, dan juga dokumen penjualan dari hari ke hari tidak terstruktur dengan baik, masih bersifat manual dan mudah hilang.

Adapun batasan masalah dalam perancangan ini yaitu semua data yang dipergunakan pada penelitian ini merupakan data produk pada UKM Skincare Ibu Ayu, sistem ini berfokus pada cara mengembangkan UKM Skincare Ibu Ayu melalui metode penjualan dan pemasaran online, website ini hanya digunakan untuk UKM Skincare Ibu Ayu, aplikasi yang akan dibangun adalah berbasis e-commerce, perancangan aplikasi E-commerce hanya sebatas foto produk, media pemesanan, penjualan, chat pelanggan dan pembayaran melalui transfer bank, e-commerce yang dibangun merupakan jenis Business-to-Consumers. maka terdapat rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu bagaimana sistem pemasaran dan penjualan yang berjalan saat ini pada

UKM Skincare Ibu Ayu, apa saja kendala yang sering terjadi pada sistem pemasaran dan penjualan pada UKM Skincare Ibu Ayu, bagaimana cara merancang dan membangun e-commerce pada UKM Skincare Ibu Ayu.

Perancangan bisa diartikan sebuah rangkaian aplikasi yang terdapat berbagai teknik dan keyakinan untuk tujuan pendefinisian suatu perangkat, suatu serangkaian atau sistem yang memadai untuk memungkinkan realisasi fisiknya.^[1] sistem dapat diidentifikasi dalam berbagai kelompok pendekatan, yaitu yang menekankan pada prosedur dan elemennya. Pendekatan sistem yang menekankan pada prosedur adalah sebagai berikut: Sistem merupakan suatu jaringan kerja dari prosedur yang ada dan saling berkaitan, berkumpul bersama guna melakukan suatu usaha atau kegiatan untuk menyelesaikan suatu tujuan tertentu^[2] informasi yaitu berita data yang telah diolah atau diinterpretasikan yang bertujuan sebagai proses pengambilan keputusan^[3].

Sistem informasi dapat diartikan suatu kumpulan elemen yang saling terhubung satu sama lain yang membuat bentuk kesatuan untuk menyiapkan data dan memproses serta menyimpan dan mendistribusikan informasi^[4] penjualan merupakan sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjualan dipenuhi, melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan^[5] didalam UKM terdapat pengelolaan, pengelolaan diartikan sebagai suatu rangkaian pekerjaan atau usaha yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk melakukan serangkaian kerja dalam mencapai tujuan tertentu.^[6] sedangkan Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah suatu kesempatan usaha bisnis yang produktif, yang dimiliki oleh individu atau kelompok dan memenuhi segala macam kriteria usaha mikro sebagaimana diatur oleh Undang-Undang.^[7] electronic commerce adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Misalnya : televisi, radio, internet.

Internet sekarang ini menjadi kebutuhan wajib bagi masyarakat di jaman millennial. Dengan adanya revolusi industri kebutuhan akan internet sangat penting dan dibutuhkan oleh masyarakat di semua kalangan. Sehingga membuka potensi bagi pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) untuk memanfaatkan internet^[8] UML adalah bahasa pemodelan untuk sistem atau perangkat lunak yang perparadigma berorientasi objek^[9] PHP adalah singkatan dari Hypertext Preprocessor, yaitu bahasa pemrograman yang digunakan secara luas untuk penanganan pembuatan dan pengembangan sebuah situs web dan bisa digunakan bersamaan dengan HTML. PHP diciptakan pertama kali tahun 1994 oleh Rasmus Lerdorf seorang pemrogram C^[10]

Dengan adanya sistem informasi penjualan pada UKM tradisional dan herbal *skincare* berbasis *e-commerce* ini diharapkan menjadi bahan masukan maupun saran untuk penjualan dan pemasaran yang berguna untuk berkembangnya UKM *skincare* Ibu Ayu dan membantu para pekerja di industry UKM *skincare* Ibu Ayu.

II. METODE PENELITIAN

Perancangan sistem informasi penjualan pada UKM tradisional dan herbal *skincare* berbasis *e-commerce*

menggunakan metode pengumpulan data dan metode analisis dan rancangan. Tahapan-tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

A. Studi Pustaka

Pengumpulan data dilakukan dengan cara mempelajari, meneliti, dan menelaah berbagai literatur dari perpustakaan yang bersumber dari buku-buku, jurnal ilmiah, situs internet, dan bacaan lainnya yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

B. Studi Lapangan

Studi lapangan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan penelitian dan peninjauan secara langsung terhadap permasalahan yang diambil. Studi lapangan dalam pembuatan penelitian ini dilakukan secara langsung di UKM Skincare Ibu Ayu, yang meliputi:

1. Observasi

Teknik observasi dilakukan terhadap sistem kerja yang sedang berjalan di UKM Skincare Ibu Ayu. Observasi merupakan cara mengamati obyek penelitian untuk mengerti tentang kebutuhan obyek penelitian tersebut sehingga aplikasi yang akan dibangun dapat memenuhi kebutuhan user.

2. Wawancara

Wawancara yang dilakukan dengan pihak yang berkaitan, misalnya kepala pemilik UKM Skincare Ibu Ayu hal ini dimaksudkan untuk mencari informasi tentang mekanisme produksi di UKM tersebut, cara memasarkan dan penjualan produk yang dihasilkan.

C. Analisis

Menganalisa data-data yang telah dikumpulkan dan menguji kebenarannya. Analisa sistem dapat dilakukan melalui empat tahapan yaitu:

1. survei kepada sistem yang sedang berjalan.
2. Analisis kepada temuan survei.
3. Analisa kebutuhan informasi, dan
4. Analisa persyaratan sistem. Hasil analisa lalu dibuat laporannya guna untuk masukan dalam perancangan sistem yang diusulkan.

D. Rancangan

Dalam skripsi ini metode perancangan yang digunakan adalah metode UML (*Unified Modeling Language*), *prototype*, dengan menggunakan alat bantu (*tool*) yaitu dengan bahasa pemrograman *Hypertext Preprocessor* serta *database* yang digunakan yaitu MySQL.

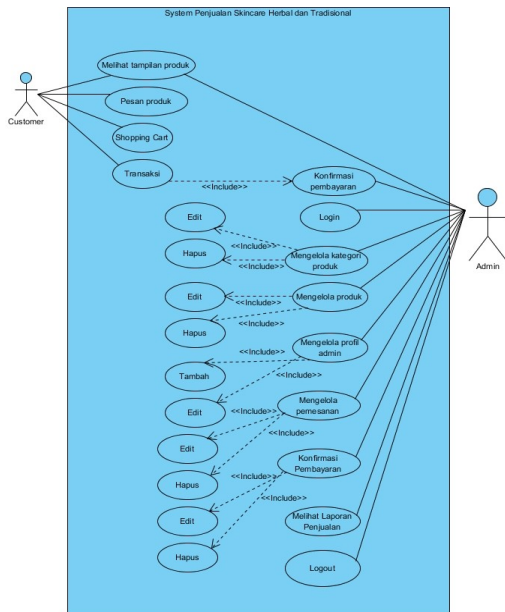
E. Diagram Rancangan Sistem

Untuk menganalisis sistem yang diusulkan, pada penelitian ini digunakan program *Visual Paradigm For UML 8.0 Enterprise Edition* bertujuan untuk menggambarkan *Use Case Diagram*, *Activity Diagram*, *Class Diagram*, dan *Sequence Diagram*. Berikut adalah *use case diagram* sistem yang

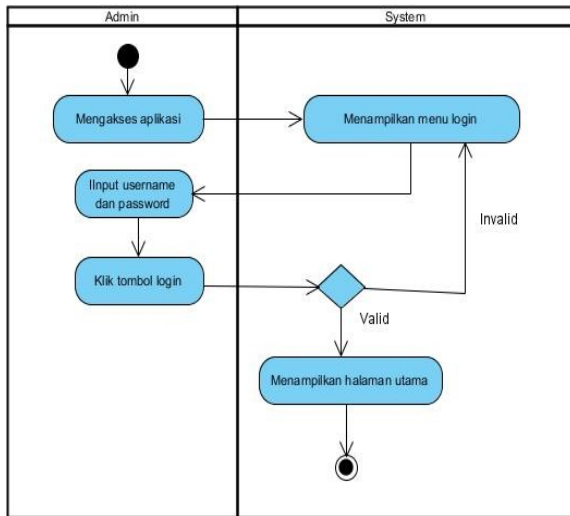
diusulkan

Dari *use case diagram* sistem yang diusulkan di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Terdapat 2 *actor* yang mengelola sistem informasi penjualan pada UKM tradisional dan herbal *skincare* berbasis *e-commerce*
2. *Customer* dapat mengakses beberapa sistem informasi penjualan pada UKM tradisional dan herbal *skincare* berbasis *e-commerce*. Yaitu data melihat tampilan



Gambar 1. Use Case Diagram Sistem yang Diusulkan



Gambar 2. Activity Diagram Login Sistem yang Diusulkan

Berdasarkan *activity diagram login* di atas, berikut merupakan penjelasan yang terjadi antara admin dengan sistem:

1. Admin memasukan *username* dan *password*.
2. Jika admin salah memasukan *username* ataupun *password*, maka akan kembali ke halaman *login*

produk, pesan produk, *shopping cart*, transaksi.

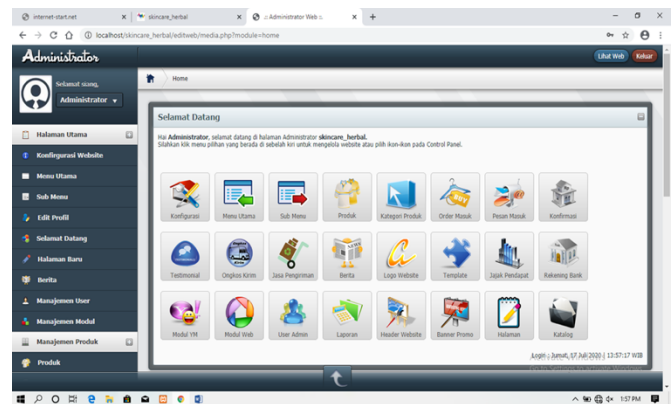
3. Admin dapat mengakses semua sistem informasi penjualan pada UKM tradisional dan herbal *skincare* berbasis *e-commerce*.

Activity Diagram adalah diagram aktifitas yang memperlihatkan aliran dari suatu aktifitas sistem ke aliran aktifitas sistem lainnya. Berikut adalah *activity diagram login* sistem informasi penjualan pada UKM tradisional dan herbal *skincare* berbasis *e-commerce* yang diusulkan

3. Jika admin benar memasukan *username* ataupun *password*, maka akan berhasil *login* dan menampilkan menu halaman utama.

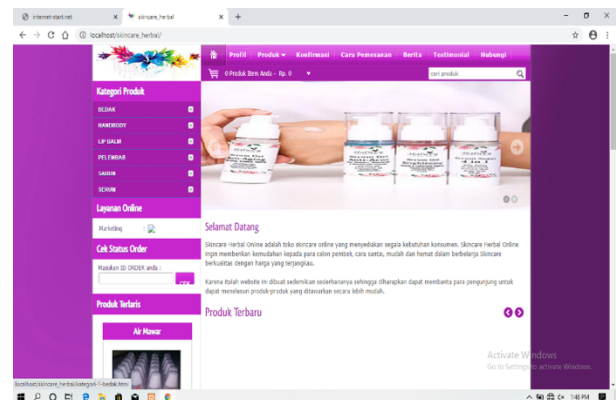
III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Rancangan Aplikasi



Gambar 3. Tampilan Halaman Menu Utama Admin

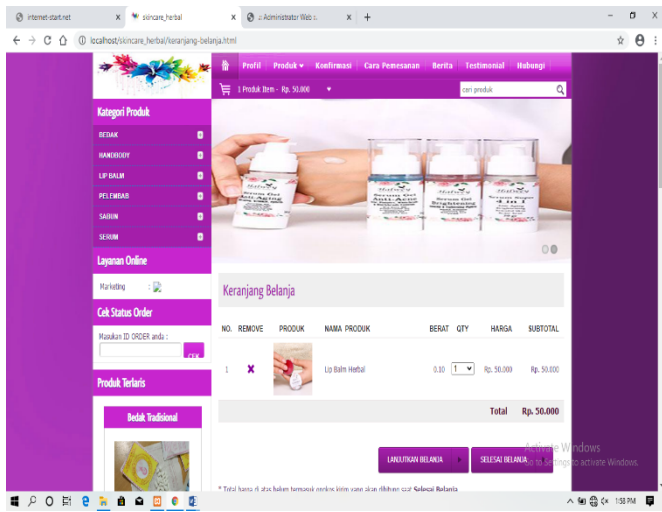
Pada gambar 3 menampilkan menu utama admin yang berisi informasi menu-menu lainnya di samping kanan (*sidebar menu*), yang terbagi menjadi 2, yaitu halaman utama dan manajemen produk. Yang didalamnya terdiri atas beberapa menu lainnya guna mengelola isi dari *website* tersebut.



Gambar 4. Tampilan Halaman Utama Customer

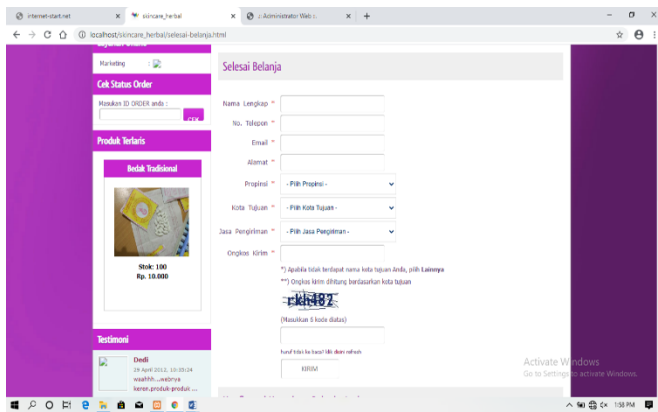
Pada gambar 4 menampilkan halaman utama *customer* yang dimana berisikan data profil, produk, cara pemesanan, dan lain

lain. Terdapat juga menu kategori *item*, seperti bedak, *handbody*, *lipbalm*, pelembab, sabun, dan serum yang berguna untuk memudahkan *customer* untuk membeli barang sesuai dengan jenisnya.



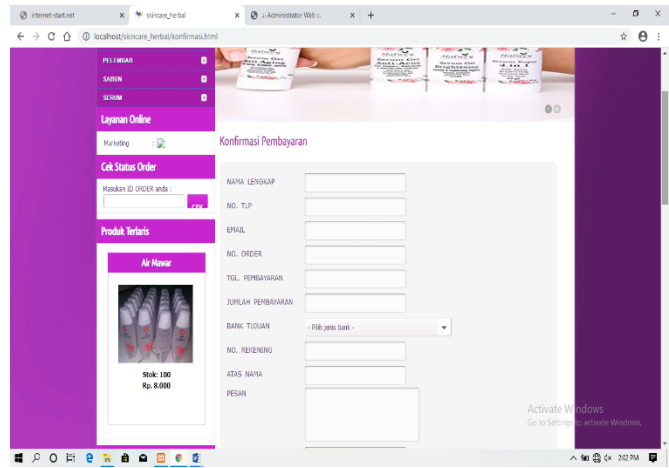
Gambar 5. Tampilan Keranjang Belanja

Pada gambar 5 menampilkan menu keranjang belanja yang berguna untuk *customer* melihat kembali barang apa saja yang akan dibeli sebelum melakukan pembayaran. Dan juga untuk memudahkan *customer* jika ingin menghapus barang yang sudah masuk kedalam keranjang.



Gambar 6. Tampilan Form Biodata Customer

Pada gambar 6 menampilkan form biodata *customer* yang berguna untuk melanjutkan pemesanan dan pembelian *customer* apabila *customer* sudah yakin jika ingin membeli produk dan melakukan transaksi pembayaran.



Gambar 7. Tampilan Halaman Konfirmasi Pembayaran

Pada gambar 7 menampilkan halaman konfirmasi pembayaran yang berguna untuk *customer* melakukan pembayaran untuk barang yang akan dibelinya. *Customer* juga dapat melakukan filter bank sesuai dengan kemauan *customer* untuk membayar ke bank apa.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah dilakukan penelitian, maka penulis dapat menyimpulkan beberapa hal dari data di atas, sebagai berikut:

1. Proses penjualan di UKM Tradisional dan Herbal Skincare dilakukan dengan cara masih dengan manual dimana pembeli datang langsung ke toko untuk membeli produk, dan seiring dengan perkembangan teknologi mulai dibantu juga pemasarannya lewat media sosial seperti instagram dan whatsapp sehingga hanya sedikit orang yang mengetahui tentang adanya produk tersebut, sehingga penjualan produk masih kurang.
2. Kendala dalam pengembangan UKM Tradisional dan Herbal Skincare adalah minimnya pengetahuan tentang teknologi dan internet. Pemasaran dan penjualannya yang masih bersifat manual. Banyak dokumen yang hilang karena dari hari ke hari tidak terstruktur dengan baik.
3. Sistem informasi penjualan UKM Tradisional dan Herbal Skincare dibuat atau dikembangkan dengan menggunakan tahapan analisis, perancangan, kodingan, implementasi, dan pemeliharaan, serta dibangun dengan menggunakan web based dengan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL.

Agar penerapan perancangan sistem informasi ini dapat terwujud dengan baik, maka penulis memberikam saran antara lain:

1. Membuat pengembangan sistem yang menarik pada e-commerce sehingga dapat menarik minat customer untuk

- membeli produk yang ditawarkan.
2. Menyarankan menggunakan program antivirus untuk mencegah kehilangan data dan kerusakan sistem yang diakibatkan oleh virus.
 3. Memberikan pelatihan kepada admin terkait sistem yang baru agar dapat menjalankan sistem dengan baik.
 4. Pada saat input perlu ketelitian dalam memasukkan berbagai data agar tidak salah.
 5. Untuk menghindari kehilangan data akibat virus, pengaksesan data dari pihak yang tidak berwenang, dan dari kemungkinan kecelakaan diakibatkan oleh kebakaran, banjir dan lain sebagainya, disarankan untuk membackup data secara regular dan disimpan di tempat yg aman.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. F. Siregar and M. Melani, "Perancangan Aplikasi Komik Hadist Berbasis Multimedia," *J. Teknol. Inf.*, vol. 2, no. 2, p. 113, 2019, doi: 10.36294/jurti.v2i2.425.
- [2] A. Hidayat and S. Fahri, "Perancangan Sistem Informasi Pengolahan Data Zakat Fitrah Berdasarkan Perhitungan Badan Amil Zakat," *J. Manaj. Inform.*, vol. 4, no. 2, 2017.
- [3] W. Wildaningsih and A. Yulianeu, "Sistem Informasi Pengolahan Data Anggota Unit Keagiatan Mahasiswa (UKM) Zaradika STMIK DCI Tasikmalaya," *Jumantaka*, vol. 2, no. 1, pp. 181–190, 2018, doi: 10.31843/jmbi.
- [4] E. Manik, "Sistem Informasi Bank Data Proyek Dinas Pekerjaan Umum Kota Binjai," *J. Informatika Kaputama*, vol. 1, no. 2, pp. 17–25, 2017.
- [5] A. Rachman and S. Wasiyanti, "Pengukuran Kualitas E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pengguna," *Paradig. J. Komput. dan Inform. Univ. Bina Sarana Inform.*, vol. 21, no. 2, pp. 143–148, 2019, doi: 10.31294/p.v20i2.
- [6] A. P. Prajanto and R. Dian Pratiwi, "p-ISSN 2526-4440 e-ISSN 2086-3748," *Revolusi Ind. 4.0 Desain Perkemb. Transaksi dan Sist. Akunt. Keuang.*, vol. 10, no. November, pp. 133–148, 2019.
- [7] R. Jatmika and U. Suryakencana, "Masalah yang dihadapi Usaha Kecil Menengah di Indonesia Scanned by CamScanner," *Masal. yang dihadapi Usaha Kecil Menengah di Indones.*, no. January, 2017.
- [8] P. D. Saputro, "Pemanfaatan E-Commerce Malltronik Dalam Proses Bisnis Bagi Pelaku Ikm," 2019.
- [9] I. Ananda and E. Zuraidah, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Barang Pada PT Asia Truk Pratama Jakarta," *J. Inform.*, vol. 6, no. 2, pp. 193–200, 2019, doi: 10.31311/ji.v6i2.6248.
- [10] A. Nur, A. Ismail, F. S. A, A. Nuryana, P. Studi, and T. Informatika, "Perancangan Website Data Karyawan Dengan menggunakan PHP dan MYSQL," *J. Sist. basis data*, no. January, pp. 1–8, 2019.