

PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEB SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI TOKO GROSERINDO JUANDA BEKASI

Sari Widiastuti¹, Weko Susanto²

¹Program Studi Teknik Informatika Universitas Mitra Karya

²Program Studi Sistem Informasi STMIK Ganessa

Abstrak

GROSERINDO merupakan salah satu perusahaan besar yang bergerak di bidang wholesale. Dimana sebagai perusahaan wholesale sangat memanfaatkan teknologi komputer sebagai sarana pendukung dalam kegiatan penjualan. sehingga dalam mencapai tujuan-tujuan tersebut, perlu adanya sistem informasi penjualan berbasis web di toko GROSERINDO. Dalam studi kasus ini, metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, studi kepustakaan, eksperimen, dan kesimpulan. Adapun sistem perancangan yang digunakan adalah dengan menggunakan program PHP. Pada tugas akhir ini akan dibahas tentang sistem informasi penjualan berbasis web yaitu bagaimana menyajikan informasi-informasi produk yang diinginkan oleh konsumen, sebagai media promosi pada toko GROSERINDO Juanda Bekasi.

Kata Kunci : *Sistem Informasi, promosi penjualan, PHP.*

Abstract

Design Of Web-Based Sales Information System As A Promotional Media At Groserindo Juanda Bekasi Shop

GROSERINDO is a large company engaged in the wholesale sector. Where as a wholesale company really utilizes computer technology as a means of support in sales activities. so that in achieving these goals, it is necessary to have a web-based sales information system at the GROSERINDO store. In this case study, the research methodology used in this study is observation, literature study, experimentation, and conclusions. The design system used is using the PHP program. In this final project, we will discuss a web-based sales information system, namely how to present product information desired by consumers, as a promotional medium at the GROSERINDO Juanda Bekasi store.

Keywords: *Information System, sales promotion, PHP.*

I. PENDAHULUAN

Melihat perkembangan zaman yang semakin canggih serta kehidupan manusia yang semakin praktis, persaingan bisnis pun semakin ketat di era globalisasi ini. Dimana Perusahaan dituntut untuk menyusun kembali

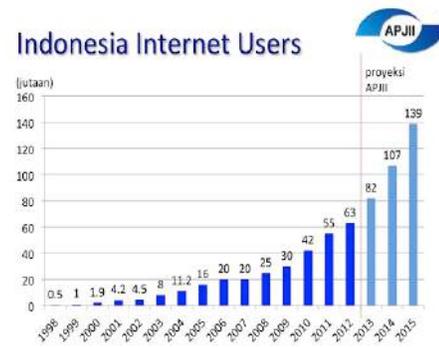
strategi dan taktik bisnis. Jika dilihat lebih mendalam, ternyata esensi dari persaingan terletak pada bagaimana sebuah perusahaan dapat mengimplementasikan proses penciptaan produk atau jasanya secara lebih murah, lebih baik, dan lebih

cepat dibandingkan dengan pesaing bisnisnya.

Perkembangan situs *E-Commerce* di Indonesia sendiri sudah ada sejak tahun 1996. Dengan berdirinya Dyviacom Intrabumi atau D-Net sebagai perintis transaksi *online*, perkembangan *E-Commerce* di Indonesia menjadi sesuatu yang memudahkan masyarakat dalam berinteraksi.

Di dalam era yang disebut *information age* ini, media elektronik menjadi salah satu media andalan pemilik perusahaan untuk melakukan komunikasi dan bisnis. Karena internet dapat memudahkan produsen dalam mempromosikan, berinteraksi, bahkan bertransaksi dalam melakukan perdagangan dari segala penjuru dunia dengan murah, mudah, dan cepat.

Pentingnya perusahaan memasang situs *website* penjualan *online*, dapat meningkatkan mutu penjualan yang berbasis teknologi cepat yang mampu bersaing dan bertahan di dunia bisnis. Karena salah satu manfaat dari keberadaan internet adalah sebagai media promosi dan penjualan produk dan jasa. Dimana produk dan jasa yang dionlinekan melalui internet dapat membawa keuntungan besar bagi perusahaan. Hal ini diakibatkan oleh beberapa faktor, diantaranya jumlah pengguna internet yang kian bertambah. berikut perkembangan statistik pengguna internet di Indonesia dari tahun ketahun.



Gambar 1. Grafik Indonesia Internet Users

Groserindo merupakan salah satu perusahaan besar yang bergerak di bidang wholesale. Dimana sebagai perusahaan ritel sangat memanfaatkan teknologi komputer sebagai sarana pendukung dalam kegiatan penjualan. Pada saat ini GROSERINDO berkeinginan untuk memperluas penyebaran wilayah pemasaran yaitu dengan cara membuat sistem informasi pemasaran *online* atau biasa disebut *E-Commerce*. Diharapkan dengan sistem informasi *online* ini GROSERINDO bisa meraup keuntungan yang lebih dari biasanya. Memasarkan secara *online* atau *E-Commerce* memiliki kelebihan yang banyak dari pada memasarkan secara manual. Maka dari itu GROSERINDO ingin lebih meningkatkan pasar yang lebih luas tanpa hambatan dengan memanfaatkan internet sebagai media pemasaran, akan lebih mudah dikenal karena barang yang ditawarkan dapat dilihat dan diakses oleh jutaan manusia. Baik dalam kota, luar kota, maupun luar jawa, sehingga lebih memudahkan para konsumen khususnya konsumen yang memiliki waktu sibuk dan sempit.

II. METODE PENELITIAN

Metodologi yang digunakan dalam tugas akhir ini adalah :

Observasi, dimana penulis mendapat gambaran dan contoh mengenai sistem yang akan dibuat melalui pengamatan langsung pada toko GROSERINDO dan media internet. P Studi Kepustakaan, yaitu teori-teori yang didapatkan melalui buku. Eksperimen, yaitu melakukan percobaan-percobaan yang dilakukan untuk menghasilkan analisis, perancangan, dan aplikasi yang diinginkan.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan di GROSERINDO Juanda Bekasi, penyampaian informasi penjualan produk masih menggunakan sistem manual, yaitu mengenalkan produk pada customer secara langsung atau dari pembeli yang datang langsung ke toko, sehingga jangkauan pemasaran hanya mencakup sekitar GROSERINDO.

Dengan adanya sistem informasi penjualan berbasis internet ini diharapkan dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan penjualan pada toko GROSERINDO Juanda Bekasi.

1. Kelemahan Sistem Lama

Sistem promosi dari GROSERINDO masih tergolong kecil dimana sistem promosinya hanya melalui penyebaran flayer. Sistem yang digunakan belum efisien dan belum bisa menjangkau dunia usaha lebih luas untuk meningkatkan penjualan. Penyampaian informasi produk promo ke customer yang terlalu memakan waktu

Salah satu gagasan pemberdayaan usaha di era teknologi informasi sekarang ini adalah melalui pembuatan media pemasaran berbasis web serta pemanfaatan *social networking*. Media pemasaran berbasis web ini diperuntukan bagi perusahaan dalam mempromosikan usahanya, jalur akses informasi produk, melakukan transaksi usaha, serta melakukan komunikasi bisnis lainnya secara global, dalam rangka memperluas jaringan usahanya, serta dipercaya memiliki efisiensi anggaran yang cukup hemat.

Setelah memahami dan menganalisis serta mengidentifikasi permasalahan di atas maka dapat disimpulkan bahwa perlu adanya media informasi promosi dan penjualan produk yang berupa media informasi berbasis website di GROSERINDO Juanda Bekasi yang lebih efisien dan efektif serta memudahkan konsumen atau pengunjung untuk mengetahui produk-produk yang ada di GROSERINDO Juanda Bekasi.

Informasi yang diperoleh dari sistem informasi penjualan berbasis web ini antara lain:

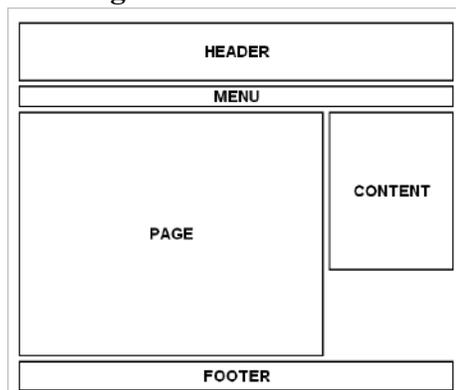
2. Informasi profil perusahaan

Berisi tentang informasi sejarah GROSERINDO Juanda Bekasi dan struktur perusahaan. Informasi produk promo. Berisi tentang informasi produk-produk promo yang ada di GROSERINDO Juanda Bekasi, mulai dari harga discount, buy 1 get 1, sampai free produk lain untuk setiap pembelian produk tertentu. Informasi member. Berisi

tentang informasi persyaratan untuk menjadi member, dan keuntungan menjadi member customer di toko GROSERINDO Juanda Bekasi. Informasi kontak perusahaan. Berisi tentang informasi nomor telepon perusahaan, alamat e-mail perusahaan, alamat perusahaan, serta gambar lokasi perusahaan.

Analisis sistem kebutuhan secara garis membahas tentang kebutuhan sistem aplikasi, pengguna yang dapat menggunakan aplikasi ini dapat menggunakan sistem informasi penjualan berbasis web sebagai media promosi pada GROSERINDO Juanda Bekasi, hanya dengan melakukan pencarian di internet maka konsumen dapat mengakses Website GROSERINDO Juanda Bekasi.

3. Rancangan Sistem



Gambar 2. Rancangan Sistem

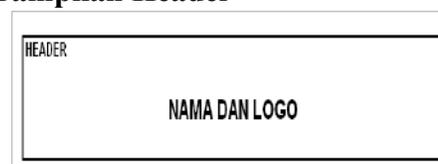
Rancangan sistem terdiri dari 5 Bagian :

1. Header : Berisi nama perusahaan dan logo perusahaan, dimana design yang di tampilkan dibuat lebih menarik.
2. Menu : Berisi menu-menu pilihan seperti Home, Profile,

Katalog Promo, Informasi Member, dan Contact Person, untuk menentukan isi dari web yang berada di page.

3. Page : Berisi informasi sesuai dari menu-menu pilihan, seperti profile perusahaan yang berada di menu profile, gambar dan harga barang yang berada di menu katalog promo, persyaratan untuk menjadi member GROSERINDO yang berada di menu informasi member, dan alamat serta no.telp GROSERINDO yang berada di menu contact person.
4. Content : Berisi tentang event-event yang akan berlangsung di toko GROSERINDO Juanda Bekasi.
5. Footer : Berisi tentang catatan-catatan /informasi-informasi kecil seputar GROSERINDO yang ditujukan kepada para pengunjung web.

a. Tampilan Header



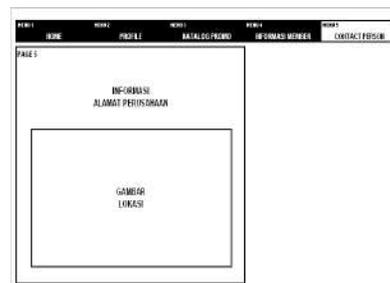
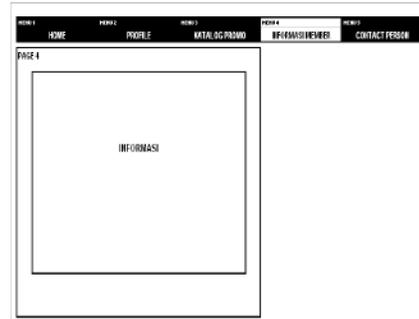
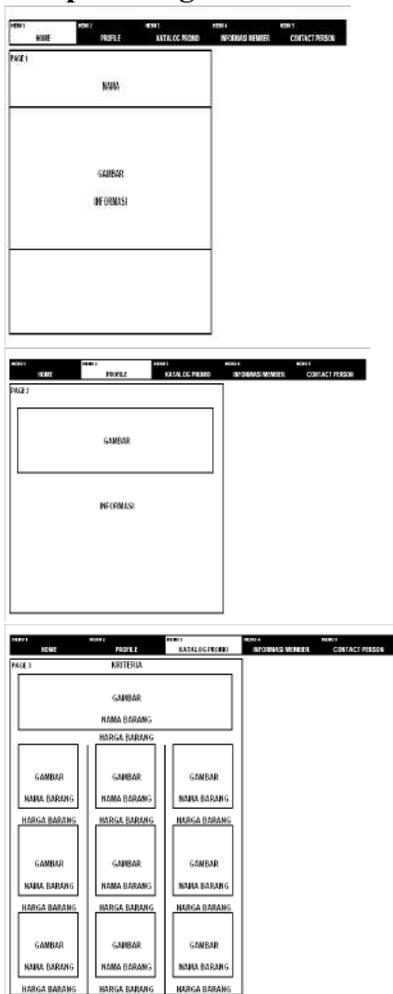
Gambar 3. Design tampilan header

b. Tampilan Menu



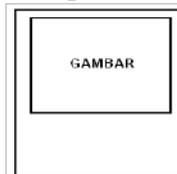
Gambar 4. Design tampilan menu

c. Tampilan Page



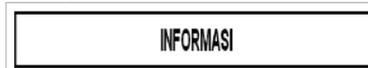
Gambar 5. Design Tampilan Page

d. Tampilan Content



Gambar 6. Design Tampilan Content

e. Tampilan Footer



Gambar 7. Design Tampilan Footer

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dikarenakan sistem yang dibangun ini berbasis web, maka dapat dipastikan bahwa perangkat yang dibutuhkan untuk mendukung terkoneksi ke internet. Beberapa perangkat utama yang disediakan sebagai penunjang. Untuk lebih spesifik mengenai kebutuhan perangkat dapat diuraikan sebagai berikut :

Perangkat Keras

1. Processor Intel Celeron M353 / 900MHz.
2. Memory Internal 2.00 GB.
3. External Memory (Hard Disk) dengan kapasitas 20 Gigabyte.
4. Mouse, Keyboard : Standar.
5. Monitor : Standar.
6. Modem.

Perangkat Lunak

1. Sistem Operasi Windows XP 32-bit.
2. Adobe Dreamweaver CS5.
3. Adobe Photoshop CS3.
4. XAMPP 1.7.3.
5. Browser : seperti internet mozilla firefox.

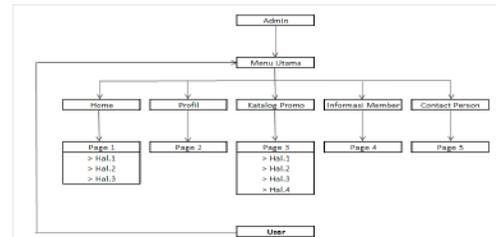
1. Perancangan Sistem

Pada toko GROSERINDO akan dibuat sebuah sistem informasi penjualan berbasis web. Perancangan aplikasi ini di bangun bertujuan untuk memudahkan pembeli atau customer pada khususnya dan pelanggan serta masyarakat pada umumnya dalam mendapatkan informasi mengenai produk-produk yang ada di toko GROSERINDO, cukup dengan cara membuka website, informasi mengenai produk dapat dilihat dengan baik dan jelas.

Perancangan situs website GROSERINDO yang di bangun ini bersifat *object oriented* (berorientasi object) dengan menggunakan *Cascading Style Sheet (CSS)* sebagai bahasa pemodelan.

2. Perancangan Menu

Berikut merupakan perancangan menu dari website GROSERINDO digambarkan sebagai berikut :



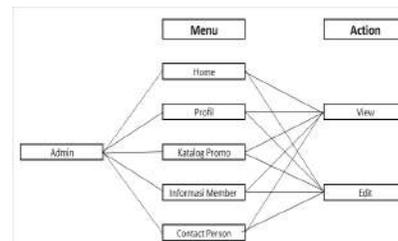
Gambar 8. Design Tampilan Menu

3. Model Use Case

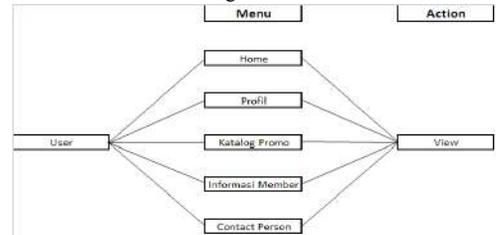
Model Use Case menjelaskan mengenai actor-aktor yang terlibat dengan perangkat lunak yang dibangun beserta proses-proses yang ada didalamnya.

4. Use Case Diagram

Diagram use case dari website GROSERINDO adalah sebagai berikut :



Gambar 9. Use Case Diagram Admin



Gambar 10 Use Case Diagram User

5. Definisi Aktor

Definisi aktor merupakan penjelasan dari apa yang dilakukan oleh actor-aktor yang terlibat dalam perangkat lunak yang dibangun. Adapun deskripsi dari actor-aktor yang terlibat dalam website GROSERINDO sebagai berikut :

No.	Aktor	Deskripsi
1	Admin	Mengelola /memanipulasi (insert,

		<i>update, dan delete</i>) seluruh content dan informasi yang akan ditampilkan pada halaman website GROSERINDO.
2	User	Dapat melihat seluruh informasi yang ditampilkan pada halaman website.

Tabel 1. Definisi Aktor

6. Lingkungan Operasional

Lingkungan operasional merupakan kebutuhan-kebutuhan perangkat lunak pada saat diimplementasikan, baik itu perangkat lunak, perangkat keras, maupun karakteristik dari pengguna perangkat lunak tersebut.

7. Karakteristik Pengguna

Kualifikasi dan hak akses yang harus dimiliki pengguna adalah sebagai berikut :

Pengguna	Admin yang mengatur web
Kualifikasi	1. Mempunyai kemampuan dasar di bidang komputer. 2. Dapat mengoperasikan sistem operasi windows.

Tabel 2. Karakteristik Pengguna Admin

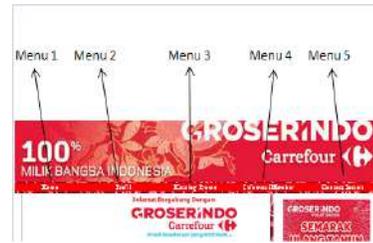
Pengguna	Admin yang mengatur web
Kualifikasi	1. Dapat mengoperasikan komputer. 2. Dapat mengoperasikan browser/internet.

Tabel 3. Karakteristik Pengguna User

8. Implementasi Sistem

a. Menu Pilihan Web

Menu pilihan dalam program ini untuk mengintegrasikan program-program sehingga pemakai program tidak kesulitan dalam menggunakan program yang telah dibuat, seperti yang ditunjukkan pada gambar di bawah ini :



Gambar 11. Menu Utama

Keterangan :

1. Menu 1 : Menu ini berfungsi apabila seorang user ingin melihat page halaman utama yang berisi info seputar GROSERINDO.
2. Menu 2 : Menu ini berfungsi apabila seorang user ingin melihat page profil dari toko GROSERINDO.
3. Menu 3 : Menu ini berfungsi apabila seorang user ingin melihat katalog harga barang yang sedang berlangsung di toko GROSERINDO.
4. Menu 4 : Menu ini berfungsi apabila seorang user ingin melihat informasi syarat dan ketentuan untuk menjadi member GROSERINDO.
5. Menu 5 : Menu ini berfungsi apabila seorang user ingin melihat alamat dan nomor kontak yang dapat dihubungi pada toko GROSERINDO.

b. Menu Home

Berikut ini akan dijelaskan apabila menu home di klik maka akan masuk ke dalam page halaman utama yang berisi info seputar GROSERINDO, dan terdapat menu pilihan halaman yang berada di bawah page, yang terdiri dari 3 menu pilihan halaman, yang

ditunjukkan pada gambar berikut ini



Halaman 3 Halaman 2 Halaman 1
 Gambar 12. Halaman 1, Halaman Utama Page



Tempat berbagai ilmu dan pengetahuan seperti usaha dan
 Gambar 13. Halaman 2, Halaman Utama Page 1b



Tempat berbagai ilmu dan pengetahuan seperti usaha dan
 Gambar 14. Halaman 3, Halaman Utama Page 1c

Keterangan :

1. Halaman 1 : Bila diklik maka akan masuk ke dalam halaman utama pada page 1 yang berisi info “selamat bergabung dengan GROSERINDO”, dan “informasi bisnis unit baru dari transretail”.

2. Halaman 2 : Bila diklik maka akan masuk ke dalam halaman utama pada page 1b yang berisi informasi “solusi untuk anda”, dan “special untuk anda”.
3. Halaman 3 : Bila diklik maka akan masuk ke dalam halaman utama pada page 1c yang berisi informasi “andalah pelanggan kami”, dan “produk hemat, untung berlipat”.

c. Menu Profil

Berikut ini akan dijelaskan apabila menu profil di klik maka akan masuk ke dalam page halaman profil yang berisi sejarah tentang GROSERINDO, yang ditunjukkan pada gambar berikut ini :



Gambar 15. Halaman Profil

IV. KESIMPULAN

Dari berbagai penjelasan yang telah diuraikan dalam laporan ini, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut. Situs web ini menyajikan informasi terkait dengan GROSERINDO yang ditujukan pada konsumen. Dengan adanya situs web ini maka konsumen dapat melihat info tentang produk-produk promo yang sedang berlangsung di toko GROSERINDO Juanda –

Bekasi. Dengan adanya situs web ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan pada toko GROSERINDO Juanda – Bekasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir & Terra Ch. Triwahyuni. 2012. Sistem Informasi. Yogyakarta. Andi.
- Cristian Putri, dkk. 2012. Analisis Sistem Informasi. Yogyakarta. Andi.
- <http://cohesiveperson.blogspot.co.id/2013/07/bab-ii-landasan-teori.html>
- <http://maheranetwork.blogspot.co.id/2013/05/bab-ii-landasan-teori-learning.html>
- <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/20686/4/Chapter%20II.pdf>
- <http://www.landasanteori.com/2015/07/pengertian-promosi-definisi-tujuan.html>
- <http://www.pengertianahli.com/2014/04/pengertian-promosi-menurut-para-ahli.html>
- Jayan. 2010. CSS Untuk Orang Awam. Palembang. Maxikom.