

**ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI E-
COMMERCE PADA KHANZA OLSHOP**

SKRIPSI

Oleh:
Niti Fitri Sejati
161300059



**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMASI DAN
KOMPUTER (STMIK) GICI
BATAM
2017**

ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI E-COMMERCE PADA KHANZA OLSHOP

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana*

Oleh:
Niti Fitri Sejati
161300059



**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMASI DAN
KOMPUTER (STMIK) GICI
BATAM
2017**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisa dan Perancangan Sistem Informasi E-Commerce pada Khanza Olshop
Nama Mahasiswi : Niti Fitri Sejati
NIM : 161300059
Program Studi : Sistem Informasi
Institusi : Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer GICI

Telah Memenuhi Persyaratan Untuk di Uji di Depan Dewan Penguji
Pada Sidang Skripsi

Batam, 24 Agustus 2017

Pembimbing 1

Ka.Prodi Sistem Informasi

Sandy Suwandana, S.Kom., M.Kom
NIDN : 1006099201

Sandy Suwandana, S.kom., M.Kom
NIDN: 1006099201

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisa dan Perancangan Sistem Informasi E-Commerce Pada Khanza Olshop
Nama Mahasiswi : Niti Fitri Sejati
NIM : 161300059
Program Studi : Sistem Informasi
Institusi : Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer GICI

Telah di Pertahankan di Depan Dewan Penguji sidang
Pada Tanggal, 24 Agustus 2017
Dinyatakan Lulus dan Memenuhi Syarat

Batam, 24 Agustus 2017

Penguji I

Penguji II

Dedi Rahman Habibie, M.Kom
NIDN: 1018028903

Mifta Rizka, S.Pd., M.Pd.E
NIDN: 1029038902

Diketahui Oleh :
Ketua Program Studi Sistem Informasi
STMIK GICI

Sandy Suwandana, S.Kom., M.Kom
NIDN:1014088002

HALAMAN PERNYATAAN

Nama Mahasiswa : Niti Fitri Sejati
NIM : 161300059
Judul Skripsi : Analisa dan Perancangan Sistem Informasi E-Commerce Pada Khanza Olshop

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (ahli madya / sarjana) baik di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) GICI maupun di Perguruan Tinggi lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat menyimpan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Batam, 24 Agustus 2017
Yang Membuat Pernyataan,

Niti Fitri Sejati
NIM : 161300059

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang dengan rahmat-Nya penulis telah dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul Analisa dan Perancangan Sistem Informasi E-Commerce pada Khanza Olshop sesuai yang direncanakan.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, Penulis akan banyak menemui kesulitan dalam penyusunan Skripsi ini. Untuk itu Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Kiatwansyah, selaku Pembina Yayasan Permata Harapan Bangsa Batam
2. Bapak Zainul Munir,ST.,MeTC selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Gici Batam
3. Bapak Sandy Suwandana,S.Kom.,M.Kom selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi STMIK Gici Batam serta selaku Pembimbing 1 yang telah mengarahkan dan membimbing penulis selama mengerjakan Skripsi ini
4. Bapak Giyanto dan Ibu Rahayu Jatiningsih, terima kasih sudah menjadi orang tua yang memberikan dorongan, semangat, kasih sayang dan bantuan baik secara moril maupun materil dalam mengerjakan Skripsi ini
5. Kepada suami tercinta Dwi Wahyudi, yang senantiasa memberikan dukungan, semangat dan motivasi sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini
6. Keluarga besar penulis yang senantiasa selalu memberikan semangat, dukungan dan kasih sayang sehingga dalam penyelesaian Skripsi ini, penulis di berikan kemudahan
7. Teman-teman seperjuangan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu
8. Staff Dosen Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Gici Batam, yang telah banyak memberikan ilmu dan kemudahan didalam penyelesaian Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu kritik dan saran dari pembaca sangat penulis harapkan agar kekeliruan dan

kekhilafan dalam penulisan ini dapat kita koreksi bersama untuk penyempurnaan baik isi maupun bahasanya.

Akhir kata penulis berharap semoga Skripsi ini dapat menambah wawasan Ilmu Pengetahuan baik pembaca maupun penulis sendiri, dan bermanfaat bagi perkembangan dan kemajuan Penelitian berikutnya.

Batam, 24 Agustus 2017

Penulis,

Niti Fitri Sejati

ABSTRAK

ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI E-COMMERCE PADA KHANZA OLSHOP

Oleh:
Niti Fitri Sejati

Dosen Pembimbing:
Sandy Suwandana, S.Kom., M.Kom

Khanza Olshop merupakan online shop yang menjual bermacam-macam tas pria atau wanita serta menampilkan produk-produk yang sedang model saat ini. Sistem penjualan yang selama ini dilakukan oleh pemilik Khanza Olshop masih bersifat sederhana dalam artian penjualan dilakukan tanpa adanya Sistem Informasi. Informasi mengenai produk baik itu jenis maupun model yang dijual diperoleh konsumen melalui sebuah pertemanan, perkumpulan dan media social. Sehingga mendapatkan produk dari Khanza Olshop konsumen harus tanya langsung kepada penjual yang dirasa cara tersebut masih kurang efektif. Oleh sebab itu Khanza Olshop berusaha untuk meningkatkan pelayanan terhadap *user*, memperluas pemasaran dan aktif meningkatkan penjualan menggunakan sistem informasi berbasis *website* agar produk yang dijual dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Website ini dikembangkan dengan menggunakan aplikasi *e-commerce prestashop*. Tujuan perancangan *website e-commerce* ini adalah untuk memahami sistem penjualan dan strategi penjualan secara online untuk meningkatkan keuntungan kemudahan dalam bertransaksi

Kata Kunci : e-commerce, prestashop

ABSTRACT

ANALYSIS AND DESIGN OF INFORMATION SYSTEM E-COMMERCE ON KHANZA OLSHOP

By:
Niti Fitri Sejati

Advisor Lecturer:
Sandy Suwandana, S.Kom., M.Kom

Khanza Olshop is an online shop that sells various bags of men or women and displays products that are currently models. Sales system that has been done by the owner of Khanza Olshop is still simple in the sense that the sale is done without the Information System. Information about the product either the type or model sold by consumers through a friendship, association and social media. So get the product from Khanza Olshop consumers should ask directly to the seller who perceived the way is still less effective. Therefore Khanza Olshop seeks to improve service to the user, expand marketing and actively increase sales using a website-based information system so that products sold can be better known by the public. This website was developed using the prestashop e-commerce application. The purpose of designing e-commerce website is to understand the sales system and online sales strategy to increase the ease of ease in transacting

Keywords: e-commerce, prestashop

DAFTAR ISI

Judul	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Analisa	7
2.2 Pengertian Perancangan	8
2.2.1 Perancangan Sistem	8
2.2.2 Website	10
2.2.3 Internet	11
2.3 Pengertian Sistem, Informasi dan Sistem Informasi	12
2.3.1 Pengertian Sistem	12
2.3.2 Pengertian Informasi	13
2.3.3 Pengertian Sistem Informasi	14
2.4 E-commerce	16

2.4.1 Jenis-jenis E-commerce	18
2.4.2 Manfaat E-commerce	20
2.4.2.1 Manfaat E-commerce Dalam Dunia Bisnis	20
2.4.2.2 Manfaat E-commerce Untuk Pelanggan	21
2.4.3 Ancaman Menggunakan E-Commerce	22
2.4.4 Hambatan Implementasi E-Commerce	22
2.4.5 Komponen E-Commerce	23
2.4.6 Peluang Dari Penggunaan E-Commerce	25
2.4.7 Kelemahan E-Commerce	26
2.5 Sistem Penjualan	27
2.5.1 Pengertian Penjualan	27
2.5.2 Sistem Informasi Penjualan	28
2.5.3 Sasaran Penjualan	28
2.6 Tool Perangkat Lunak	29
2.6.1 Webserver	29
2.6.2 HTML	30
2.6.3 PHP	31
2.6.4 XAMPP	32
2.6.5 My Structure Query Language (MySQL)	33
2.7 Basis Data (Database)	34
2.8 Data Flow Diagram (DFD)	35
2.9 Flowchart	36
2.10 Toko Online	38
2.11 Prestashop	39
2.11.1 Manfaat Prestashop Bagi Pelanggan	40
2.11.2 Manfaat Prestashop Bagi Pemilik Toko	41
2.12 Penelitian Terdahulu	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1 Identifikasi Masalah	46
3.2 Metode Pengumpulan Data	46
3.4 Metode Pengumpulan Sistem	47
3.5 Analisis Sistem Berjalan	48

3.5.1 Kelemahan Sistem Berjalan	50
3.6 Alternatif Pemecahan Masalah	51
BAB IV ANALISIS DAN IMPLEMENTASI	52
4.1 Analisis Sistem yang Berjalan	52
4.2 Analisis Sistem yang Diusulkan	52
4.2.1 Design (Perancangan)	54
4.3 Batasan Implementasi	58
4.4 Implementasi Antar Muka untuk Admin	58
4.4.1 Form Login Admin	59
4.4.2 Halaman Utama Admin	59
4.4.3 Halaman Input Product	60
4.4.4 Halaman Input Category	63
4.4.5 Halaman Menu Pelanggan	66
4.4.6 Halaman Data Penjualan	66
4.5 Implementasi Antar Muka untuk User	67
4.5.1 Halaman Login User	67
4.5.2 Halaman Register User	68
4.5.3 Halaman Utama User	69
4.5.4 Halaman Keranjang Belanja	69
4.5.5 Halaman Informasi, Alamat, Pengiriman dan Pembayaran	70
4.5.6 Halaman Konfirmasi Pesanan	71
4.5.6.1 Cara Memesan Produk	71
BAB V PENUTUP	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Jaringan Internet	12
Gambar 2.2 Contoh Ilustrasi e-commerce	17
Gambar 2.3 Model proses bisnis e-commerce	18
Gambar 2.4 Simbol dalam DFD	36
Gambar 2.5 Gambar Simbol Flowchart	37
Gambar 3.1 Gambar Sistem Lama Khanza olshop	50
Gambar 4.1 Perancangan Menu	53
Gambar 4.2 Context Diagram Aplikasi Khanza Olshop	55
Gambar 4.3 Flowchart Proses Pemesanan Khanza Olshop	57
Gambar 4.4 Halaman Login Admin	59
Gambar 4.5 Halaman Menu Utama Admin	60
Gambar 4.6 Halaman Input Product	61
Gambar 4.7 Tambah produk	61
Gambar 4.8 Produk Baru	62
Gambar 4.9 Menambah produk	62
Gambar 4.10 Simpan Produk	63
Gambar 4.11 Halaman Input Category	63
Gambar 4.12 Kategori	64
Gambar 4.13 Tambah Kategori	64
Gambar 4.14 Menambah Kategori	65
Gambar 4.15 Simpan Kategori	65
Gambar 4.16 Halaman Menu Pelanggan	66
Gambar 4.17 Halaman Data Penjualan	67
Gambar 4.18 Halaman Login User	68
Gambar 4.19 Halaman Register User	68
Gambar 4.20 Halaman Utama User	69
Gambar 4.21 Halaman keranjang Belanja	70
Gambar 4.22 Halaman Informasi User	70

Gambar 4.23 Halaman Konfirmasi Pemesanan	71
Gambar 4.24 Produk Khanza Olshop	72
Gambar 4.25 Membeli Produk	73
Gambar 4.26 Produk berhasil ditambahkan ke cart	73
Gambar 4.27 Troli Belanja	74
Gambar 4.28 Informasi	74
Gambar 4.29 Pengiriman	75
Gambar 4.30 Pembayaran	75
Gambar 4.31 Pesanan Di konfirmasi	76

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi seperti saat ini dunia teknologi dan informasi perkembangannya sangat pesat, khususnya dunia komputer. Sistem informasi saat ini merupakan kebutuhan manusia di dalam melakukan berbagai kegiatan, ditambah dengan adanya teknologi informasi yang semakin berperan di dalam dunia pekerjaan. Dengan menggunakan piranti teknologi informasi yang tepat, maka akan dihasilkan informasi yang tepat dan akurat sesuai dengan kebutuhan sehingga keputusan dapat diambil dengan cepat. Salah satu piranti teknologi adalah internet, yaitu sebuah jaringan *online* global tanpa batas yang menyediakan berjuta jenis informasi. Sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin *modern*, banyak masyarakat yang mulai memanfaatkan teknologi contoh bisnis *online*. Dan persaingan pun semakin meningkat, salah satunya adalah persaingan perdagangan *online*. Pihak yang mampu bersaing akan bertahan diposisinya sedangkan pihak yang tidak mampu bersaing akan mengalami kemunduran seiring berjalannya waktu.

Hal ini disebabkan karena metode ini dipandang memiliki beberapa keuntungan lain bila dibandingkan dengan sistem yang biasa diterapkan seperti berjualan menggunakan fasilitas toko atau sewa *counter* di mall, yang mana akan mempengaruhi pengeluaran menjadi lebih besar dan pastinya juga harus membayar karyawan. Khanza Olshop sebagai salah satu *online shop* yang menjual berbagai macam produk-produk untuk kebutuhan wanita, seperti tas dan sepatu

yang sedang berkembang dan terus berupaya untuk meningkatkan pelayanan yang baik dan cepat. dari berbagai sisi antara lain sisi pemanfaatan teknologi informasi.

E-commerce sebagai salah satu bentuk aktifitas transaksi perdagangan melalui sarana internet. Dengan memanfaatkan *e-commerce*, para penjual dapat menawarkan produknya secara *on-line* sehingga memberikan kemudahan berbelanja, bertransaksi, dan pengiriman secara efektif dan efisien. Menggunakan *website e-commerce* sebagai salah satu media penjualan maka akan memperluas daerah pemasaran produk dan memudahkan pembeli untuk memilih dan memesan produk tersebut sehingga dapat meningkatkan omset penjualan toko tersebut.

E-Commerce juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik (Munawar, 2009:1).

Sedangkan pengertian *E-Commerce* (Perdagangan Elektronik) menurut Jony Wong (2010:33) adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti televisi, radio dan jaringan komputer atau internet.

Menurut Vermaat (2007:83) *E-Commerce* merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik seperti internet. Siapapun yang mempunyai jaringan internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan *E-Commerce*.

Electronic commerce (e-commerce) adalah membeli dan menjual, dan pemasaran dan pelayanan dari produk, jasa, dan informasi melalui berbagai jaringan komputer (O'brien & Marakas, 2006).

E-commerce dapat menjadi pedang bermata dua bagi para pengusaha. Pada satu sisi, mereka dapat menjangkau konsumen tanpa terbatas oleh letak geografis. Akan tetapi pada sisi lainnya kompetisi mereka menjadi meningkat bukan hanya dari toko di sekitar mereka akan tetapi dari toko di seluruh daerah. Dan juga, ketika konsumen mendapatkan produk langsung dari pabrik atau dari toko grosir, maka pihak perantara akan tersingkirkan.

Keuntungan dari sisi pengusaha atau pelaku bisnis dengan menerapkan *e-commerce*, biaya dalam melakukan bisnis dapat dikurangi dan mangsa pasar yang jauh lebih luas. Sedangkan pada sisi keterbatasan konsumen banyak menyangkut pada aspek keamanan, pengetahuan pembeli, dan produk yang tidak dapat dicoba terlebih dahulu.

Dan semakin berkembangnya teknologi keamanan *e-commerce*, banyaknya informasi dan komunitas pengguna *e-commerce*, serta semakin banyaknya tersedia infrastruktur Internet, maka kerugian yang dihadapi pembeli dapat semakin diperkecil. Keterbatasan *e-commerce* bagi pengusaha ialah kompetisi yang sangat ketat serta belum adanya peraturan legalitas yang baku mengenai peraturan dalam melakukan transaksi secara *online*

Oleh karena itu penulis ingin meningkatkan sistem penjualan *online* yang lebih baik lagi dengan skripsi yang berjudul **“ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI E-COMMERCE PADA KHANZA**

OLSHOP)". Sistem ini direncanakan akan diimplementasikan menggunakan bahasa pemrograman *PHP* dan *database My SQL*.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana menganalisis sistem penjualan pada Khanza Olshop?
2. Bagaimana mengimplementasikan penjualan *online* berbasis *web* menggunakan aplikasi prestashop pada Khanza Olshop?

1.3 Batasan Masalah

Pada pembuatan aplikasi ini, penulis membatasi masalah yang akan dibahas sebagai berikut :

1. Mengenai sistem penjualan, yaitu penjualan produk tas secara *online*.
2. Aplikasi *web e-commerce* yang dipakai menggunakan *Content Management Sistem – prestashop*.

1.4 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Membuat sistem penjualan yang lebih mudah pada Khanza Olshop.
2. Menjadikan Khanza Olshop sebagai suatu alternatif media penyedia informasi yang dapat memudahkan pembeli mendapatkan informasi produk-produk tas.
3. Memberikan informasi tentang produk, pemesanan, pembayaran dan penjualan di Khanza Olshop.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat berbagai manfaat bagi banyak pihak antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penulis dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam perancangan sistem informasi *e-commerce* berbasis *web*.

2. Bagi Akademik

Laporan skripsi ini bisa menjadi acuan bagi mahasiswa lainnya dalam membuat sistem informasi *e-commerce* berbasis *web*.

3. Bagi Khanza Olshop

- a. Dapat menjadi alternatif bagi Khanza Olshop dalam mempromosikan produk tanpa harus bertemu dengan konsumen.
- b. Memudahkan konsumen untuk mendapat informasi produk yang di jual di Khanza Olshop dan dapat membeli produk Khanza Olshop tanpa harus datang ke toko.
- c. Dengan adanya *e-commerce* ini segala sesuatu menjadi efisien, hemat waktu dan biaya.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan ini menggunakan beberapa metodologi yang bertujuan untuk mempermudah pembuatan dan perencanaan sistem yang baru sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu yang diperlukan dalam menunjang penelitian yang di ambil dari berbagai sumber.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai deskripsi sistem yang sudah ada, evaluasi dan solusi sistem yang akan dibuat.

BAB IV ANALISIS DAN IMPLEMENTASI SISTEM

Bab ini membahas mengenai batasan dan kebutuhan sistem baru, perancangan data, perancangan arsitektural, serta perancangan antar muka dan implementasi sistem baru yang telah dibuat, kesuaian tampilan dan isi dari sistem.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan yang menyajikan kesimpulan serta saran dari apa yang telah diterangkan dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Analisa Sistem

Menurut McLeod (2007, 74) Analisis Sistem adalah penelitian terhadap sistem yang telah ada dengan tujuan untuk merancang sistem baru atau memperbaharui sistem yang telah ada tersebut. Analisa sistem dapat didefinisikan sebagai berikut: “Analisa sistem adalah teknik pemecahan masalah yang menguraikan bagian-bagian komponen dengan mempelajari seberapa bagus bagian-bagian komponen tersebut bekerja dan berinteraksi untuk mencapai tujuan mereka”. (Al Fatta, 2007 : 4).

Menurut Jimmy L.Goal (2008:73), “Analisa sistem adalah sebagai penguraian dari suatu sistem informasi yang utuh kedalam bagian-bagian komponennya dengan maksud untuk mengidentifikasikan dan mengevaluasi permasalahan-permasalahan, kesempatan-kesempatan, hambatan yang terjadi dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikannya”.

Analisis sistem menurut pendapat Satzinger, dkk (2010, p4) adalah proses pemahaman dan penentuan secara rinci apa yang seharusnya dicapai oleh sistem informasi.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa “Analisis sistem adalah tahapan penelitian terhadap sistem berjalan dan bertujuan untuk mengetahui segala permasalahan yang terjadi serta memudahkan dalam menjalankan tahap selanjutnya yaitu tahap perancangan sistem”.

2.2 Pengertian Perancangan

Perancangan adalah suatu proses yang bertujuan untuk menganalisis, menilai, memperbaiki dan menyusun suatu sistem, baik sistem fisik maupun non fisik yang optimum untuk waktu yang akan datang dengan memanfaatkan informasi yang ada. Perancangan suatu alat termasuk metode teknik, dengan demikian langkah-langkah pembuatan perancangan akan mengikuti metode teknik.

Menurut Al-Bahra Bin Ladjamudin (2005 : 39), menyebutkan bahwa :”Perancangan adalah suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk mendesign sistem baru yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan yang diperoleh dari pemilihan alternatif sistem yang terbaik.”

Langkah awal dalam membuat sebuah sistem adalah perancangan dari sistem tersebut. Mohamad Subhan (2012:109) mengungkapkan: “Perancangan adalah proses pengembangan spesifikasi baru berdasarkan rekomendasi hasil analisis sistem”.

Sedangkan menurut Kusri (2007:79) adalah “Proses pengembangan spesifikasi sistem baru berdasarkan hasil rekomendasi analisis sistem”

2.2.1. Perancangan Sistem

Menurut Yakub (2012:145), perancangan sistem dapat didefinisikan sebagai penggambaran, perencanaan, dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi. Tujuan dari rancangan sistem adalah untuk memenuhi kebutuhan kepada pemakai sistem, dan untuk memberikan gambaran secara jelas dan rancang bangun yang lengkap kepada pemrogram komputer dan ahli-ahli teknik lainnya.

Menurut Satzinger, dkk (2012:5), perancangan sistem adalah sekumpulan aktivitas yang menggambarkan secara rinci bagaimana sistem akan berjalan. Hal itu bertujuan untuk menghasilkan produk perangkat lunak yang sesuai dengan kebutuhan user.

Kenneth dan Jane (2006:12) menjelaskan bahwa perancangan sistem adalah kegiatan merancang detil dan rincian dari sistem yang akan dibuat sehingga sistem tersebut sesuai dengan requirement yang sudah ditetapkan dalam tahap analisa sistem. Lebih lanjut O'Brien dan Marakas (2009:639) menjelaskan bahwa perancangan sistem adalah sebuah kegiatan merancang dan menentukan cara mengolah sistem informasi dari hasil analisa sistem sehingga dapat memenuhi kebutuhan dari pengguna termasuk diantaranya perancangan user interface, data dan aktivitas proses.

Menurut Bentley dan Whitten (2009:160)'' juga menjelaskan bahwa perancangan sistem adalah teknik pemecahan masalah dengan melengkapi komponen-komponen kecil menjadi kesatuan komponen sistem kembali ke sistem yang lengkap. Teknik ini diharapkan dapat menghasilkan sistem yang lebih baik.

Pada Khanza Olshop akan dibuat sebuah Sistem informasi penjualan berbasis *web (e-commerce)*. Perancangan aplikasi ini di bangun bertujuan untuk memudahkan pembeli atau customer pada khususnya dan pelanggan serta masyarakat pada umumnya dalam mendapatkan informasi mengenai produk yang ada di Khanza Olshop, cukup dengan cara membuka website, informasi mengenai Produk-produk Khanza Olshop dapat lihat dengan baik dan jelas. Pembangunan e-commerce pada Khanza Olshop ini dilakukan dengan menggunakan tools utama sebagai berikut:

1. Prestashop aplikasi untuk membaca bahasa pemrograman Website.

2. MySQL sebagai Database Server.
3. PHPMyAdmin sebagai tools untuk mengelola Database berbasis Web.

2.2.2 Website

World Wide Web atau WWW atau juga dikenal dengan WEB adalah salah satu layanan yang didapat oleh pemakai computer yang terhubung ke internet. Web ini menyediakan informasi bagi pemakai computer yang terhubung ke internet dari sekedar informasi “sampah” atau informasi yang tidak berguna sama sekali sampai informasi yang serius; dari informasi yang gratisan sampai informasi yang komersial. Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (hyperlink).

(Sumber : <http://raghibnuruddin217.blogspot.com/>)

Menurut Asropudin (2013:109), Web adalah sebuah kumpulan halaman yang diawali dengan halaman muka yang berisikan informasi, iklan, serta program aplikasi.

Menurut Ardhana (2012:3), Web adalah suatu layanan sajian informasi yang menggunakan konsep hyperlink, yang memudahkan surfer (sebutan para pemakai komputer yang melakukan browsing atau penelusuran informasi melalui internet).

Adapun cara kerja web adalah sebagai berikut:

1. Informasi web disimpan dalam dokumen dalam bentuk halaman-halaman web atau web page.
2. Halaman web tersebut disimpan dalam computer server web.
3. Sementara dipihak pemakai ada computer yang bertindak sebagai computer client dimana ditempatkan program untuk membaca halaman web yang ada di server web (browser).
4. Browser membaca halaman web yang ada di server web.

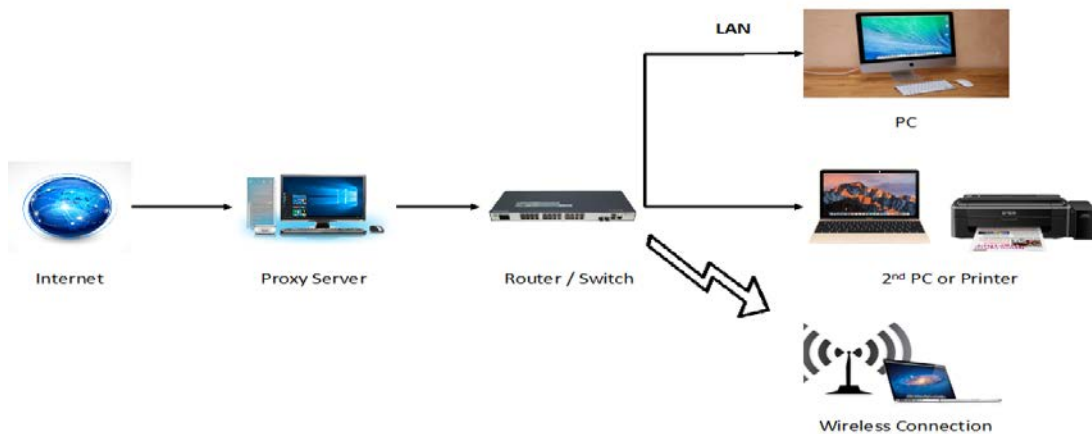
(Sumber : <http://raghibnuruddin217.blogspot.com/>)

2.2.3 Internet

Menurut M. Shalahudin Internet atau interwork adalah sekumpulan jaringan berbeda yang saling terhubung bersama sebagai satu kesatuan dengan menggunakan berbagai macam protocol, salah satunya adalah protocol TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol). (M. Shalahudin, 2008).

Supriyanto (2006), ia mengatakan bahwa Internet itu merupakan suatu hubungan antara berbagai jenis komputer & juga dengan jaringan di dunia yang memiliki sistem operasi & juga aplikasi yang berbeda maupun, yang mana hubungan tersebut memanfaatkan kemajuan perangkat komunikasi seperti telepon & satelit yang menggunakan protokol standar dalam melakukan hubungan komunikasi, yakni protokol TCP/IP atau Transmission Control/Internet Protocol

Harjono (2009), menyebutkan bahwa Internet itu dapat diartikan sebagai kumpulan dari beberapa komputer, bahkan dapat mencapai jutaan komputer di seluruh dunia yang dapat saling berhubungan serta saling terkoneksi satu dengan yang lainnya. Dan agar komputer dapat saling terkoneksi satu sama lain, maka dari itu diperlukan media untuk saling menghubungkan antar komputer. Dan media yang digunakan itu bisa menggunakan kabel/serat optic, satelit ataupun melalui sambungan telepon.



Gambar 2.1 Jaringan Internet

2.3 Pengertian Sistem, Informasi dan Sistem Informasi

2.3.1 Pengertian Sistem

Mohamad Subhan (2012:8) “Suatu sistem dapat diartikan sebagai suatu kumpulan atau himpunan dari unsur, komponen, atau variable-variabel yang terorganisasi, saling berinteraksi, saling tergantung satu sama lain dan terpadu. Sistem juga merupakan kumpulan elemen-elemen saling terkait dan bekerja sama untuk memproses masukan (input) yang ditujukan kepada system tersebut dan

mengolah masukan tersebut sampai menghasilkan keluaran (output) yang diinginkan”.

Serta pengertian dari Yakub (2012:1) adalah: “Sekelompok elemen-elemen yang terintegrasi dengan tujuan yang sama untuk mencapai tujuan. Sistem juga merupakan suatu jaringan kerja dari prosedur-prosedur yang saling berhubungan, terkumpul bersama-sama untuk melakukan suatu kegiatan atau tujuan tertentu”.

Rudy Tantra (2012:1) mengatakan bahwa “sistem adalah entitas atau satuan yang terdiri dari dua atau lebih komponen atau subsistem (sistem yang lebih kecil) yang saling terhubung dan terkait untuk mencapai suatu tujuan”.

Dari beberapa pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa sistem merupakan sekumpulan kelompok elemen yang saling berhubungan dan bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan dan sasaran yang diinginkan.

2.3.2 Pengertian Informasi

Gordon B. Davis dalam Al-bahra bin Ladjamudin (2013:8) mengungkapkan: “Informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berguna dan nyata atau berupakanilai yang dapat dipahami dalam keputusan sekarang maupun yang akan datang”.

Sedangkan menurut Mohamad Subhan (2012:17) mengungkapkan: “Sistem informasi merupakan kumpulan data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerima. Tanpa suatu informasi, suatu sistem tidak akan berjalan dengan lancar dan akhirnya bisa mati. Dengan kata lain sumber dari informasi adalah data. Data menggambarkan suatu kejadian yang sering terjadi,

dimana data tersebut akan diolah dan akan diterapkan dalam sistem menjadi input yang berguna dalam suatu sistem. Data merupakan bentuk yang belum dapat memberikan manfaat yang besar bagi penerimanya, sehingga perlu suatu model yang nantinya akan dikelompokkan dan diproses untuk menghasilkan informasi“.

Rudy Tantra (2012:2) juga mengungkapkan tentang pengertian informasi yaitu:“Informasi dapat dipahami sebagai pemrosesan input yang terorganisir, memiliki arti, dan berguna bagi orang yang menerimanya. Data berbeda dengan informasi. Data dapat didefinisikan sebagai fakta-fakta yang masih mentah atau acak yang menjadi input untuk proses yang menghasilkan informasi”.

2.3.3 Pengertian Sistem Informasi

Alter (1992) dalam Abdul Kadir (2014:9) pada Pengenalan Sistem Informasi mendefinisikan bahwa “sistem informasi adalah kombinasi antar prosedur kerja, informasi, orang, dan teknologi informasi yang diorganisasikan untuk mencapai tujuan dalam sebuah organisasi”.

Pendapat lain menurut Bodnar dan Hopwood (1993) dalam Abdul Kadir (2014:9) mengatakan bahwa “sistem informasi adalah kumpulan perangkat keras dan perangkat lunak yang dirancang untuk mentransformasikan data ke dalam bentuk informasi yang berguna”.

Hall (2001) dalam Abdul Kadir (2014:9) pada Pengenalan Sistem Informasi juga memberikan penjelasan bahwa “sistem informasi adalah sebuah rangkaian prosedur formal dimana data dikelompokkan, diproses menjadi informasi, dan didistribusikan kepada pemakai”.

Mohamad Subhan (2012:18) mengungkapkan: “Sistem Informasi merupakan kumpulan dari perangkat keras dan perangkat lunak komputer serta perangkat manusia yang akan mengolah data menggunakan perangkat keras memegang peranan yang penting dalam sistem informasi. Data yang akan dimasukkan dalam sebuah sistem informasi dapat berupa formulir-formulir, prosedur-prosedur dan bentuk data lainnya”.

Pengertian lain dari Rudy Tantra (2012:2) mengungkapkan bahwa sistem informasi adalah sebagai berikut: “Sistem informasi adalah cara yang terorganisir untuk mengumpulkan, memasukan, dan memproses data dan menyimpannya, mengelola, mengontrol dan melaporkannya sehingga dapat mendukung perusahaan atau organisasi untuk mencapai suatu tujuan”.

Selain itu sistem informasi dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Suatu sistem yang dibuat oleh manusia yang terdiri dari komponen-komponen dalam organisasi untuk mencapai suatu tujuan yaitu menyajikan informasi.
2. Keputusan sekumpulan prosedur informasi yang pada saat dilaksanakan akan memberikan informasi bagi pengambil keputusan atau untuk mengendalikan organisasi.
3. Suatu sistem didalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi, kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan.
4. Sekumpulan komponen pembentuk sistem yang mempunyai keterkaitan antara satu komponen dengan komponen lainnya yang bertujuan menghasilkan suatu informasi dalam suatu bidang tertentu. Dalam sistem informasi diperlukannya

klasifikasi alur informasi, hal ini disebabkan keanekaragaman kebutuhan akan suatu informasi oleh pengguna informasi. Kriteria dari sistem informasi antara lain, fleksibel, efektif, dan efisien.

5. Kumpulan antara sub-sub sistem yang saling berhubungan yang membentuk suatu komponen yang didalamnya mencakup input-proses-output yang berhubungan dengan pengolahan informasi (data yang telah diolah sehingga lebih berguna bagi user).

2.4 E-commerce

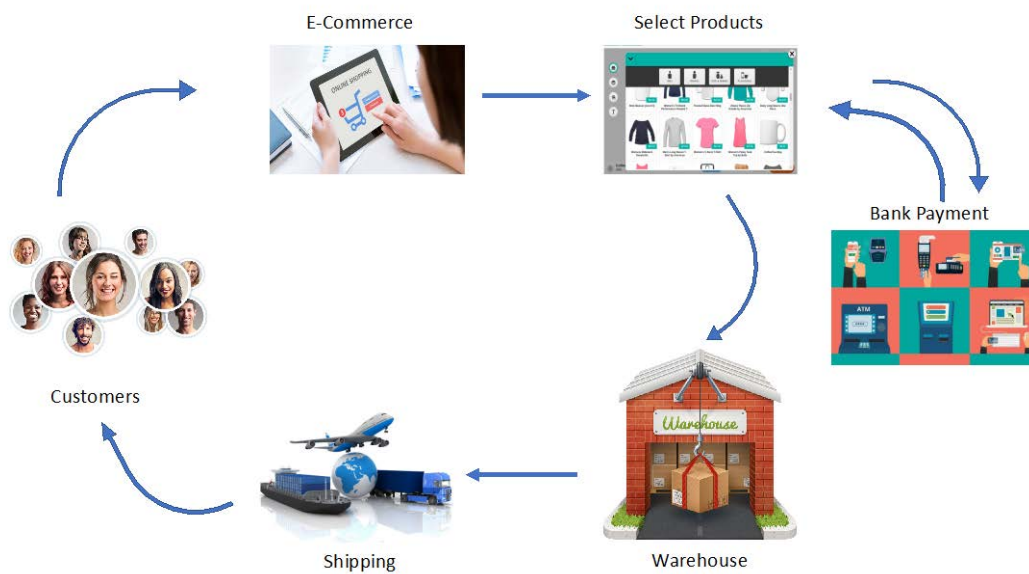
E-commerce merupakan suatu istilah yang sering digunakan atau didengar saat ini yang berhubungan dengan internet, dimana tidak seorangpun yang mengetahui jelas pengertian dari e-commerce tersebut. Berikut akan dipaparkan pengertian e-commerce menurut para ahli:

Perdagangan elektronik atau yang disebut juga e-commerce, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan populer dari e-commerce adalah penggunaan internet dan komputer dengan browser Web untuk membeli dan menjual produk. McLeod Pearson (2008 : 59).

Menurut Shely Cashman (2007 : 83) E-commerce atau kependekan dari elektronik commerce (perdagangan secara electronic), merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik, seperti internet. Siapapun yang dapat mengakses komputer, memiliki sambungan ke internet, dan memiliki cara untuk membayar barang-barang atau jasa yang mereka beli, dapat berpartisipasi dalam e-commerce.

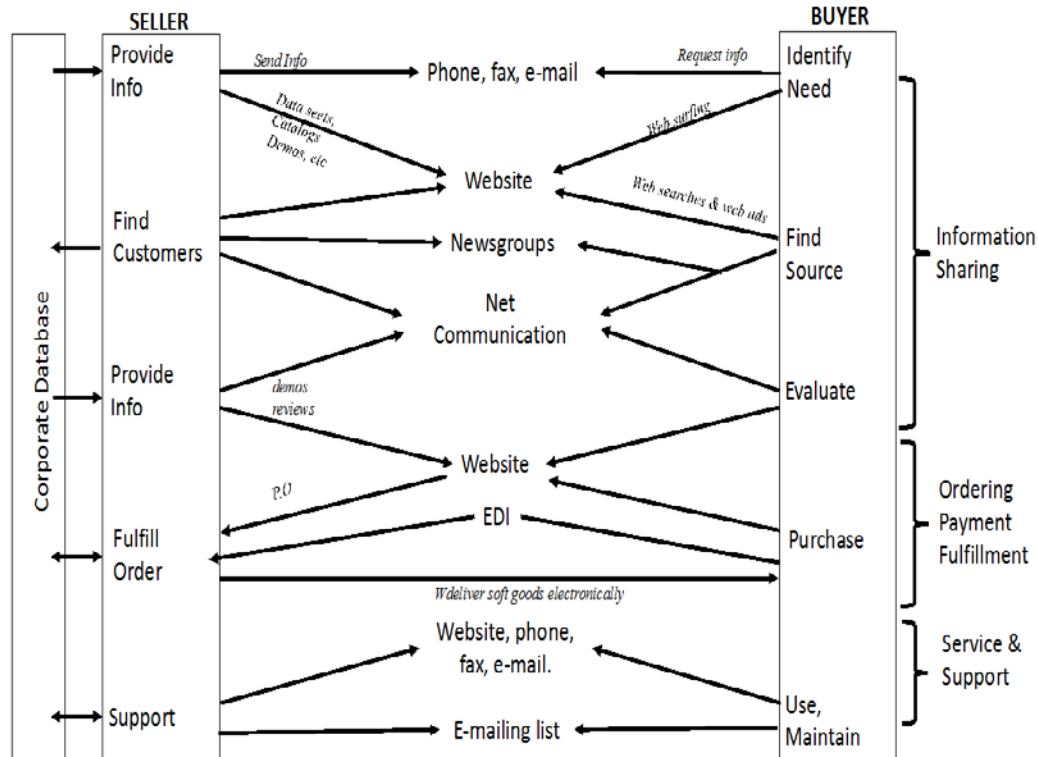
Menurut Jony Wong (2010 : 33) pengertian dari electronic commerce adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti radio, televisi dan jaringan computer atau internet.

Jadi pengertian e-commerce adalah proses transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet dimana websitedigunakan sebagai wadah untuk melakukan proses tersebut. E-commerce dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis dan sistem pengumpulan data otomatis. Berikut adalah gambar ilustrasi *e-commerce*:



Gambar 2.2 Contoh ilustrasi *e-commerce*

Seperti halnya aktivitas yang ditemui pada usaha bisnis atau perdagangan konvensional, *E-commerce* dapat melibatkan maka *e-commerce* juga memiliki tahapan-tahapan proses bisnis sebagai berikut:



Gambar 2.3 Model proses bisnis *e-commerce*

2.4.1 Jenis-Jenis E-Commerce

E-commerce dibedakan menjadi beberapa jenis berdasarkan karakteristiknya yaitu:

1. Business to Business (B2B)

Business to Business memiliki karakteristik:

- Trading partners yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Informasi yang dimiliki hanya ditukar dengan partner tersebut.

- b. Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati bersama.
- c. Salah satu pelaku tidak harus menunggu rekan mereka lainnya untuk mengirimkan data.
- d. Model yang umum digunakan adalah peer to peer, di mana processing intelligence dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.

2. Business to Consumer (B2C)

Business to Consumer memiliki karakteristik :

- a. Terbuka untuk umum, di mana informasi disebarakan secara umum pula dan dapat diakses secara bebas.
- b. Servis yang digunakan bersifat umum, sehingga dapat digunakan oleh orang banyak. Sebagai contoh, karena sistem web sudah umum digunakan maka servis diberikan dengan berbasis web.
- c. Servis yang digunakan berdasarkan permintaan. Produsen harus siap memberikan respon sesuai dengan permintaan konsumen.
- d. Sering dilakukan sistem pendekatan client-server.

3. Consumer to Consumer (C2C)

Dalam C2C seorang konsumen dapat menjual secara langsung barangnya kepada konsumen lainnya, atau bisa disebut juga orang yang menjual produk dan jasa ke satu sama lain.

Contohnya adalah ketika ada perorangan yang melakukan penjualan di classified ads (misalnya, www.classified2000.com) dan menjual properti rumah hunian, mobil, dan sebagainya. Mengiklankan jasa pribadi di internet serta menjual

pengetahuan dan keahlian merupakan contoh lain C2C. sejumlah situs pelelangan memungkinkan perorangan untuk memasukkan item-item agar disertakan dalam pelelangan. Akhirnya, banyak perseorangan yang menggunakan intranet dan jaringan organisasi untuk mengiklankan item-item yang akan dijual atau juga menawarkan aneka jasa. Contoh lain yang terkenal adalah eBay.com, yaitu perusahaan lelang.

4. Customer to Business (B2C)

Customer to Business adalah model bisnis dimana konsumen (individu) menciptakan nilai, dan perusahaan mengkonsumsi nilai ini. Sebagai contoh, ketika konsumen menulis review, atau ketika konsumen memberikan ide yang berguna untuk pengembangan produk baru, maka individu ini adalah yang menciptakan nilai bagi perusahaan, jika perusahaan tersebut mengadopsi input nya. Sebagai contoh, Priceline.com merupakan situs yang memungkinkan seseorang menjual barang kepada perusahaan. Dalam hal ini, internet dapat digunakan sebagai sarana negosiasi

2.4.2 Manfaat E-commerce

2.4.2.1 Manfaat E-commerce Dalam Dunia Bisnis

Manfaat dalam menggunakan E-commerce dalam suatu perusahaan sebagai sistem transaksi adalah:

1. Dapat meningkatkan market exposure (pangsa pasar) Transaksi on-line yang membuat semua orang di seluruh dunia dapat memesan dan membeli produk yang dijual hanya dengan melalui media computer dan tidak terbatas jarak dan waktu.
2. Menurunkan biaya operasional (operating cost) Transaksi E-commerce adalah transaksi yang sebagian besar operasionalnya diprogram di dalam komputer sehingga

biaya-biaya seperti showroom, bebangaji yang berlebihan, dan lain-lain tidak perlu terjadi.

3. Melebarkan jangkauan (global reach) Transaksi on-line yang dapat diakses oleh semua orang di dunia tidak terbatas tempat dan waktu karena semua orang dapat mengaksesnya hanya dengan menggunakan media perantara komputer.
4. Meningkatkan customer loyalty Ini disebabkan karena sistem transaksi. E-commerce menyediakan informasi secara lengkap dan informasi tersebut dapat diakses setiap waktu selain itu dalam hal pembelian juga dapat dilakukan setiap waktu bahkan konsumen dapat memilih sendiri produk yang dia inginkan.
5. Meningkatkan supply management Transaksi E-commerce menyebabkan pengefisienan biaya operasional pada perusahaan terutama pada jumlah karyawan dan jumlah stok barang yang tersedia sehingga untuk lebih menyempurnakan pengefisienan biaya tersebut maka sistem supplymanagement yang baik harus ditingkatkan.

2.4.2.1 Manfaat E-commerce Untuk Pelanggan

E-commerce memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi selama 24 jam sehari dari hampir setiap lokasi dimana konsumen itu berada. Pelanggan juga dapat memiliki banyak pilihan barang yang ingin dibeli pada saat mengunjungi situs dan melakukan perbandingan harga dengan perusahaan lain. Pada saat membeli barang-barang secara online, pelanggan tidak perlu mengantri untuk mendapatkan barang.

Gambaran ringkas keuntungan e-commerce sebagai berikut:

- a. Bagi Konsumen : harga lebih murah, belanja cukup pada satu tempat.
- b. Bagi pengelola : efisiensi, tanpa kesalahan, dan tepat waktu.

2.4.3 Ancaman Menggunakan E-commerce

Ada beberapa bentuk ancaman yang mungkin terjadi dalam e-commerce:

1. Planting

Memasukan sesuatu ke dalam sebuah system yang dianggap legal tetapi belum tentu legal di masa yang akan datang.

2. System Penetration

Orang-orang yang tidak berhak melakukan akses ke system computer dapat dan diperbolehkan melakukan segala sesuatu sesuai dengan keinginannya.

3. Communications Monitoring

Seseorang dapat memantau semua informasi rahasia dengan melakukan monitoring komunikasi sederhana di sebuah tempat pada jaringan komunikasi.

4. Communications Tampering

Segala hal yang membahayakan kerahasiaan informasi seseorang tanpa melakukan penetrasi, seperti mengubah informasi transaksi di tengah jalan atau membuat sistem server palsu yang dapat menipu banyak orang untuk memberikan informasi rahasia mereka secara sukarela.

2.4.4 Hambatan Implementasi E-commerce

Belum terbentuknya high trust society atau tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap situs-situs belanja online yang ada. Ini disebabkan karena masih banyaknya penipuan-penipuan yang terjadi pada saat konsumen berbelanja secara online.

Pada umumnya harga tidak bisa ditawar lagi. Tidak seperti pasar tradisioanal proses transaksi melalui proses tawar-menawar. Masih sangat sedikit SDM yang memahami dan menguasai dengan baik dan benar konsep dan implementasi teknologi e-commerce. Jasa pengiriman pos masih memerlukan pembenahan, sehingga proses pengiriman barang tidak terlalu lama sampai kepada tangan pembeli atau konsumen.

2.4.5 Komponen E-Commerce

Pada *e-commerce* terdapat beberapa komponen yang terkait, dimana komponen-komponen ini membentuk sebuah mekanisme pasar *e-commerce*, yaitu [3]:

1. Konsumen

Konsumen disini berbicara mengenai para pengguna internet yang dijadikan pasar yang potensial untuk diberikan berbagai macam penawaran baik berupa produk, jasa maupun informasi oleh penjual.

2. Penjual

Penjual merupakan pihak yang menawarkan produk, jasa atau informasi kepada para konsumen baik secara individu maupun organisasi. Proses penjualan dapat dilakukan dengan menggunakan media website yang dimiliki oleh penjual.

3. Produk

Pada transaksi *e-commerce*, sesungguhnya produk yang ditawarkan adalah produk digital. Hal ini dikarenakan konsumen tidak melihat secara langsung produk yang

ditawarkan dalam bentuk fisik melainkan hanya merupakan gambar visualisasi dalam bentuk katalog produk dalam halaman *website*.

4. Front end

Front end merupakan aplikasi web yang dapat berinteraksi dengan para pengguna secara langsung. Beberapa proses bisnis yang terdapat pada front end ini antara lain adalah katalog, keranjang belanja (shopping cart) dan mesin pencari (search engine).

5. Infrastruktur

Infrastruktur pasar yang menggunakan media elektronik meliputi penggunaan perangkat keras, perangkat lunak dan juga sistem jaringan komputer seperti penggunaan jaringan komunikasi internet.

6. Back end

Back end merupakan bentuk aplikasi yang secara tidak langsung berperan sebagai pendukung dari aplikasi front end. Dimana semua aktifitas yang berkaitan dengan pemesanan barang, manajemen pengelolaan produk, proses pembayaran dan pengiriman barang termasuk dalam proses bisnis back end.

7. Partner Bisnis

Partner bisnis merupakan pihak yang dapat melakukan kolaborasi atau kerjasama dengan para produsen. Contoh partner bisnis adalah seperti bank yang dapat memudahkan proses pembayaran (payment gateway) yang dilakukan oleh para konsumen baik via transfer ataupun mobile banking (mbanking).

8. Support services

Beberapa layanan yang masuk ke dalam support services adalah trust service, yang menjamin keamanan dalam proses transaksi e-commerce.

2.4.6 Peluang Dari Penggunaan E-Commerce

Berikut ini adalah poin-poin yang dapat menjadikan *e-commerce* sebagai sebuah peluang yang sangat menjanjikan terutama dalam hal transaksi penjualan dalam dunia digital:

1. Menambah pelanggan (jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 240 juta orang).
2. Memperluas area pemasaran produk.
3. Meningkatkan merk (*brand*).
4. Biaya *hosting web (domain)* yang jauh lebih murah daripada biaya sewa toko dalam bentuk fisik, hal ini berarti dapat menurunkan tingkat biaya operasional.
5. Kemudahan dalam hal pemesanan produk karena bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun oleh masing-masing konsumen.
6. Kemudahan dalam hal pembayaran tanpa perlu menggunakan uang tunai, melainkan pembayaran transfer via ATM (*Automatic Teller Machine*), menggunakan bantuan pihak ketiga, maupun penggunaan kartu kredit.
7. Kemudahan dalam akses memperoleh informasi produk tanpa perlu mendatangi lokasi toko.

2.4.7 Kelemahan E-Commerce

Meskipun *e-commerce* merupakan sistem yang menguntungkan karena dapat mengurangi biaya transaksi bisnis dan dapat memperbaiki kualitas pelayanan terhadap para pelanggan. Namun demikian, bukan berarti tidak terdapat kelemahan dalam sistem *e-commerce* itu sendiri. Berikut ini adalah poin-poin yang menjadi perhatian penulis dalam melihat berbagai kelemahan yang terdapat dalam sistem *ecommerce* terutama dalam penerapannya di Indonesia: **“ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI E-COMMERCE PADA KHANZA OLSHOP)”**.

1. Munculnya modus kriminal atau tindak kejahatan baru yaitu penipuan *online* yang juga sangat marak beberapa tahun terakhir ini.
2. Pembajakan kartu kredit yang dilakukan oleh para peretas (*black hacker*) yang menerobos masuk ke dalam jaringan sistem *server* perbankan, maupun para *merch ant online*.
3. Hukum yang belum secara jelas mengatur tentang *e-commerce* dan perdagangan digital.
4. Masih terdapat perbedaan yang signifikan dalam hal infrastruktur teknologian transportasi, jika membandingkan kota-kota besar dengan kota-kota kecil di berbagai wilayah Indonesia.
5. Kepercayaan konsumen khususnya terhadap penggunaan teknologi *e-commerce* di Indonesia.

2.5 Sistem Penjualan

2.5.1 Pengertian Penjualan

Penjualan adalah penerimaan yang diperoleh dari pengiriman barang dagangan atau dari penyerahan pelayanan dalam bursa sebagai barang pertimbangan. Pertimbangan ini dapat dalam bentuk tunai peralatan kas atau harta lainnya. Pendapatan dapat diperoleh pada saat penjualan, karena terjadi pertukaran, harga jual dapat ditetapkan dan bebannya diketahui.

Secara umum terdapat dua jenis penjualan yaitu penjualan tunai dan penjualan kredit. Tetapi sebenarnya, penjualan memiliki empat jenis penjualan yaitu penjualan tunai, penjualan kredit, penjualan cicilan, dan penjualan konsinyasi. Biasanya masyarakat umum mendefinisikan arti dari penjualan kredit dan cicilan sama tetapi sebenarnya hal tersebut berbeda. Berikut ini adalah klasifikasi dari penjualan menurut Mulyadi (2010: 455)

1. Penjualan secara tunai Penjualan tunai dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mewajibkan pembeli melakukan pembayaran harga barang lebih dulu sebelum barang diserahkan oleh perusahaan kepada pembeli.
2. Penjualan secara kredit Penjualan kredit dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mengirimkan barang sesuai order yang diterima dari pembeli dan untuk jangka waktu tertentu, perusahaan mempunyai tagihan kepada pembeli tersebut.
3. Penjualan cicilan Penjualan angsuran adalah penyerahan produk milik penjual kepada pembeli dengan menerima uang muka (down payment), dan sisanya dalam bentuk pembayaran cicilan selama beberapa tahun.

Penjualan merupakan aktivitas utama perusahaan yang sangat penting sebab penjualan merupakan sasaran terakhir dari seluruh aktivitasnya perusahaan yaitu mendapatkan keuntungan.

Penjualan merupakan kegiatan yang penting serta urat nadi yang dapat menjaga dan memelihara kelangsungan hidup koperasi tersebut. Untuk mendukung kegiatan penjualan dibutuhkan suatu sistem administrasi yang terkomputerisasi, agar dapat memperlancar serta mempermudah proses pengolahan data transaksi penjualan. (Burhan dalam Viantonia, Hidayah dan Adianto, 2009:58)

2.5.2 Sistem Informasi Penjualan

Sistem Informasi Penjualan adalah suatu sistem informasi yang mengorganisasikan serangkaian prosedur dan metode yang dirancang untuk menghasilkan, menganalisa, menyebarkan dan memperoleh informasi guna mendukung pengambilan keputusan mengenai penjualan. (Sutabri dalam Viantonia, Hidayah dan Adianto, 2009:61)

2.5.3 Sasaran Penjualan

Pada umumnya sasaran penjualan adalah untuk mencapai pendapatan yang seoptimal mungkin dan mencapai tingkat pendapatan yang telah ditentukan sebelumnya. Untuk mencapai sasaran tersebut maka dibutuhkan perencanaan penjualan agar dapat berjalan dengan lancar tanpa hambatan.

2.6 Tool Perangkat Lunak

Dalam menganalisa aplikasi penjualan yang berbasis web ini dibutuhkan beberapa tools perangkat lunak.

2.6.1 Webserver

Webserver atau *server* adalah komputer yang dikhususkan untuk menyimpan data *website*, hanya saja dalam hal ini *server* harus 24 jam *online*, jika tidak maka data tidak bisa diakses oleh pengunjung *website*. Semua komputer logikanya bisa dijadikan *server*, namun *server* yang khusus untuk *website* punya spesifikasi khusus. Hal ini untuk menjaga agar kecepatan *server* stabil dan memenuhi kriteria yang diharapkan. Selain bergantung pada spesifikasi *hardware* dan *software*, kecepatan *webserver* juga bergantung pada akses *internet* tempat *server* berada atau juga tergantung pada kecepatan *Internet Service Provider (ISP)* yang digunakan untuk *online*, dan terlebih lagi juga bergantung pada jalur lokasi negara yang bersangkutan.

Sumber: (<http://radensomad.com/pengertian-web-server-hosting-domain-name-server-dnsdan-domain.html>)

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa web server merupakan pelayan (pemberi layanan) bagi web client (*browser*) seperti Mozilla, Chrome, Internet Explorer, Opera, Safari dan lain sebagainya, supaya browser dapat menampilkan halaman atau data yang anda minta.

2.6.2. HTML

HTML merupakan bahasa standar yang menjadi antarmuka dari *website* dan menjadi dasar ketika anda akan membangun sebuah *website*. HTML (*Hyper Text Markup Language*) adalah suatu format data yang digunakan untuk membuat dokumen *hypertext* yang dapat dieksekusi dari satu *platform* komputer ke *platform* komputer lainnya tanpa perlu melakukan suatu perubahan apapun dengan suatu alat tertentu. (Junaedi dalam Nandari, Sukadi 2014:44)

HTML merupakan bahasa pemrograman fleksibel dimana kita bisa meletakkan script dari bahasa pemrograman lainnya, seperti JAVA, VB, C, dan lainnya. Hypertext dalam HTML berarti bahwa kita dapat menuju ke suatu tempat, misal website atau halaman homepage lain, dengan cara memilih suatu link yang biasanya digaris bawahi atau diwakili oleh suatu gambar. Selain link ke website atau homepage halaman lain, hypertext ini juga mengizinkan kita untuk menuju ke salah satu bagian dalam satu teks itu sendiri.

HTML tidak berdiri sendiri, agar ia dapat bertugas dalam membangun halaman web, ia harus ditulis dalam software atau aplikasi tertentu, yang dikenal sebagai HTML Editor. HTML Editor inilah yang bertugas untuk “menerjemahkan” bahasa HTML menjadi halaman web yang siap dilihat oleh para surfer di seluruh dunia.

Secara umum, ada dua jenis HTML Editor, yaitu text editor dan WYSIWYG editor.

1. Text Editor

Text Editor biasa digunakan oleh mereka yang sudah mahir dalam menggunakan bahasa HTML, karena melalui editor jenis ini anda dapat langsung

menuliskan kode-kode HTML satu persatu, sesuai prosedur teknis yang berlaku.

Untuk editor jenis ini, kita dapat menggunakan notepad.

2. WYSIWYG Editor

WYSIWYG Editor adalah solusi bagi mereka yang belum mahir dalam menggunakan bahasa HTML. Pada jenis aplikasi ini, kita dapat membangun halaman web dengan lebih mudah, karena apa yang terlihat di layar akan sama dengan hasil yang anda dapatkan. WYSIWYG adalah singkatan dari What You See Is What You Get. Untuk editor jenis ini, kita dapat menggunakan aplikasi Microsoft Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, FrontPage dan yang cukup populer Macromedia Dreamweaver.

2.6.3 PHP

PHP singkatan dari *Hypertext Preprocessor* yang digunakan sebagai bahasa *script server-side* dalam pengembangan *Web* yang disisipkan pada dokumen *HTML*. (Peranginangin dalam Nandari, Sukadi 2014:44)

Bermula pada tahun 1994 saat Rasmus Lerdorf membuat sejumlah skrip perl yang dapat mengamati siapa saja yang melihat-lihat riwayat hidupnya. Skrip-skrip ini selanjutnya dikemas mejadi *tool* yang disebut "*Personal Home Page*". Paket inilah yang menjdi cikal bakal PHP. Pada tahun 1995, Rasmus menciptakan PHP/FI versi 2. Pada versi ini pemogram dapat menempelkan kode terstruktur di dalam tag HTML. Selain itu, kode PHP juga bisa berkomunikasi dengan database dan melakukan perhitungan-perhitungan yang kompleks.

Saat ini PHP cukup populer sebagai piranti pemograman web, terutama di lingkungan Linux. Namun demikian PHP sebenarnya juga dapat berfungsi pada server-server yang berbasis UNIX, Windows NT dan Macintosh. Bahkan versi untuk Windows 95/98 pun tersedia. Pada awalnya PHP dirancang untuk diintegrasikan dengan web server Apache. Namun saat ini PHP juga dapat bekerja dengan web server seperti PWS (Personal Web Server), IIS (Internet Information Server) dan Xintami. PHP dapat di-download secara bebas dan gratis melalui situs *www.php.net*.

2.6.4 XAMPP

XAMPP adalah perangkat lunak gratis yang mendukung banyak system operasi dan merupakan kompilasi dari beberapa program. Fungsinya adalah sebagai server yang terdiri sendiri (*localhost*), yang terdiri atas program Apache HTTP Server, MySQL database, dan penterjemah bahasa yang ditulis dengan bahasa pemograman PHP dan Perl. Nama XAMPP merupakan singkatan dari X (empat sistem operasi apapun), Apache, MySQL, PHP dan Perl. Program ini tersedia dalam GNU General Public Lisensi dan bebas, merupakan web server yang mudah digunakan yang dapat melayani tampilam halaman web yang dinamis.

Mengenal bagian XAMPP yang biasa digunakan pada umumnya:

1. *Htdoc* adalah folder tempat meletakkan berkas-berkas yang akan dijalankan, seperti berkas PHP, HTML dan skrip lain.
2. *PhpMyAdmin* merupakan bagian untuk mengelola basis data MySQL yang ada dikomputer. Untuk membukanya, buka browser lalu ketikkan alamat *http://localhost/phpMyAdmin*, maka akan muncul halaman *phpMyAdmin*.

3. Kontrol Panel yang berfungsi untuk mengelola layanan (*service*) XAMPP. Seperti menghentikan (*stop*) layanan, ataupun memulai (*start*).

2.6.5 My Structure Query Language (MySQL)

SQL merupakan kependekan Structured Query language. SQL digunakan untuk berkomunikasi dengan sebuah database. SQL adalah bahasa yang meliputi perintah-perintah untuk menyimpan, menerima, memelihara, dan mengatur aksesakses ke basis data serta digunakan untuk memanipulasi dan menampilkan data dari database. (Rosari dalam Trimarsiah, 2014:44).

Sebagai database server yang memiliki konsep database modern, MySQL memiliki banyak sekali keistimewaan antara lain:

1. *Portabilitas*, dapat berjalan stabil pada berbagai sistem operasi, seperti Windows, Linux, MacOS, dan lain-lain.
2. *Open Source*, didistribusikan secara gratis dibawah lisensi GPL (*General Public License*).
3. *Multiuser*, dapat digunakan oleh beberapa user dalam waktu yang bersamaan tanpa mengalami masalah.
4. *Performance Tuning*, memiliki kecepatan yang menakjubkan dalam menangani query yang sederhana, dapat memproses lebih banyak SQL per satuan waktu.
5. *Security*, memiliki beberapa lapisan sekuritas seperti level subnet mask, nama host, izin akses user dengan sistem perizinan yang mendetail serta password yang terenskripsi.

6. *Scalability and Limits*, mampu menangani database dalam skala besar, dengan jumlah record lebih dari 50 juta dan 60 ribu tabel serta 5 miliar baris. Selain itu batas indeks yang dapat ditampung mencapai 32 indeks pada tiap tabelnya.
7. *Connectivity*, dapat melakukan koneksi dengan client menggunakan protocol TCP/IP, UNIX socket (UNIX), atau Named pipes (NP).
8. *Localisation*, dapat mendeteksi pesan kesalahan pada client dengan menggunakan lebih dari 20 bahasa.
9. *Interface*, memiliki antarmuka (*interface*) terhadap beberapa aplikasi dan bahasa pemrograman dengan menggunakan fungsi API (Application Programming Interface).
10. *Clients and Tools*, dilengkapi dengan berbagai tool yang dapat digunakan untuk administrasi database, dan pada setiap tool yang ada disertakan petunjuk online.

2.7 Basis Data (*Database*)

Basis data adalah sebuah kumpulan data yang terorganisir dan dihubungkan secara logis. Data terorganisir maksudnya bahwa data distrukturisasi sedemikian rupa sehingga mudah disimpan, dimanipulasi, dan digunakan kembali. (Hoffer dalam Pujiyanto, 2014:52-53).

Basis data (*database*) adalah kumpulan dari data, yang dapat digambarkan sebagai aktivitas dari satu atau lebih organisasi yang berelasi. (Kristanto dalam Pujiyanto 2014:53)

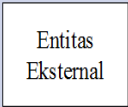
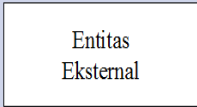
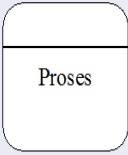
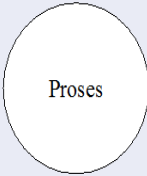
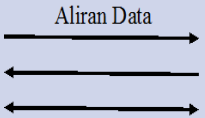
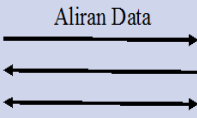


Basis data merupakan kumpulan data yang saling berhubungan yang disimpan secara bersama sedemikian rupa dan tanpa pengulangan (redudansi) yang tidak perlu,

untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa database adalah kumpulan dari beberapa data yang saling berkorelasi satu sama lain dan disimpan pada perangkat komputer dan digunakan perangkat lunak untuk menyajikannya. (Fathansyah dalam Pujiyanto, 2014:53)

2.8 Data Flow Diagram (DFD)

Diagram Aliran Data (*Data Flow Diagram*) adalah teknis grafis yang menggambarkan aliran informasi dan transformasi yang diaplikasikan pada saat data bergerak dari *input* menjadi *output*. DFD juga dikenali sebagai grafik aliran data atau *bubble chart*. (Pressman dalam Fakhri, 2014:179-180). DFD dapat digunakan untuk menyajikan sebuah sistem atau perangkat lunak pada setiap tingkat abstraksinya. Kenyataannya, DFD dapat dipartisi ke dalam tingkatan-tingkatan yang merepresentasikan aliran informasi yang bertambah dan fungsi ideal. Demikianlah, DFD memberikan suatu mekanisme bagi pemodelan fungsional dan pemodelan aliran informasi. (Pressman dalam Fakhri, 2014:180).

Bentuk komponen DFD yang sering digunakan. Kenneth. E. Kendall dan Julie E. Kendall (2013:263).

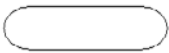








Gane/Sarson	Yourdon/De Marco	Keterangan
		Entitas eksternal dapat berupa orang/unit terkait yang berinteraksi dengan sistem tetapi di luar sistem.
		Orang/ unit yang mempergunakan atau melakukan transformasi data. Komponen fisik tidak diidentifikasi.
		Aliran data dengan arah khusus dari sumber ke tujuan.
		Penyimpanan data atau tempat data dilihat oleh proses.

Gambar 2.4 Simbol dalam DFD

2.9 Flowchart

Flowchart merupakan urutan-urutan langkah kerja suatu proses yang digambarkan dengan menggunakan simbol-simbol yang disusun secara sistematis. (Iswandi, 2015:73).

Flowchart memiliki simbol-simbol yang digunakan untuk menggambarkan urutan program.

SIMBOL	NAMA	KETERANGAN
	TERMINATOR	Permulaan / akhir program
	GARIS ALIR	Arah aliran program
	PREPARATION	Proses inisialisasi / pemberian harga awal
	PROSES	Proses perhitungan / proses pengolahan data
	INPUT/OUTPUT DATA	Proses input / output data, parameter, informasi
	PREDEFINED PROCESS (SUB PROGRAM)	Permulaan sub program / proses menjalankan sub program
	DECISION	Perbandingan pernyataan, penyeleksian data yang memberikan pilihan untuk langkah selanjutnya
	ON PAGE CONNECTOR	Penghubung bagian-bagian flowchart yang berada pada satu halaman
	OFF PAGE CONNECTOR	Penghubung bagian-bagian flowchart yang berada pada halaman berbeda

Gambar 2.5 Gambar Simbol *Flowchart*

Dalam pembuatan flowchart tidak ada rumus atau patokan yang bersifat mutlak. Karena flowchart merupakan gambaran hasil pemikiran dalam menganalisa suatu masalah dengan komputer. Sehingga flowchart yang dihasilkan dapat bervariasi antara satu pemrogram dengan pemrogram lainnya. Namun secara garis besar, setiap pengolahan selalu terdiri dari tiga bagian utama, yaitu;

1. Input berupa bahan mentah
2. Proses pengolahan
3. Output berupa bahan jadi.

Untuk pengolahan data dengan komputer, dapat dirangkum urutan dasar untuk pemecahan suatu masalah, yaitu:

1. **START:** berisi instruksi untuk persiapan peralatan yang diperlukan sebelum menangani pemecahan masalah.
2. **READ:** berisi instruksi untuk membaca data dari suatu peralatan input.
3. **PROCESS:** berisi kegiatan yang berkaitan dengan pemecahan persoalan sesuai dengan data yang dibaca.
4. **WRITE:** berisi instruksi untuk merekam hasil kegiatan ke peralatan output.
5. **END:** mengakhiri kegiatan pengolahan.

2.10 Toko Online

Toko online adalah tempat memajang barang dagangan di internet. Saat ini toko online di Indonesia mulai berkembang pesat. Semakin banyak yang menggunakan internet untuk membeli dan menjual barang ataupun jasa. Toko online di Indonesia memang sangat cocok sekali karena letak geografis Indonesia yang kepulauan, memungkinkan untuk membeli barang tanpa perlu datang ke tempat penjual.

Sangat besar manfaat dari toko online, yang pertama tak perlu datang ke toko untuk memilih barang yang ingin dibeli. Kedua dari segi keuangan, bila jarak jauh misal jakarta-kalimantan akan menghemat ongkos perjalanan di ganti dengan biaya kirim yang tentunya akan lebih murah dari pada datang ke tempat toko itu. Dengan toko online target pasar produk pun lebih luas, tidak hanya di seluruh Indonesia saja tetapi juga bisa menjangkau di seluruh dunia.

Manfaat dari sebuah toko online antara lain:

1. Pelanggan dari berbagai penjuru daerah bahkan dunia.
2. Promosi nonstop 24 jam.
3. Prestise bisnis meningkat karena akan setara dengan perusahaan besar.
4. Dapat menjadi side income, karena bisa dikerjakan paruh waktu/ fleksibel.
5. Biaya promosi murah karena tidak perlu mencetak brosur, cukup iklankan via email, banner, maupun iklan baris.

2.11 Prestashop

Prestashop adalah sebuah CMS Open Source yang merupakan sistem e-commerce dengan berbagai fitur dan fasilitas terkini, sebut saja web. 2.0 style, mendukung *clean-url* dan menyediakan modul-modul yang bisa dimanipulasi sehingga sesuai dengan kebutuhan.

Berbeda dengan CMS yang lain, prestashop lebih berfokus pada *e-commerce*. Prestashop dapat dikelola dengan mudah serta memiliki berbagai modul yang dibutuhkan, baik untuk pengaturan produk, pembayaran, mesin pencari, tools seperti ucapan ulang tahun, watermark produk, dan banyak modul lain yang telah tersedia untuk mendukung pembuatan toko online yang handal. Oleh karena itulah mengapa penulis menggunakan prestashop sebagai CMS Open Source yang nantinya dipakai dalam pembuatan toko online. (Astarina dan Riasti, 2012:40).

2.11.1 Manfaat Prestashop bagi pelanggan

Dalam menilai sebuah situs toko online, yang paling penting bagi pelanggan adalah kemudahan dalam berbelanja secara online. Kemudahan ini adalah faktor utama (selain keamanan) yang membuat pelanggan berbelanja secara online. Apalagi bagi masyarakat Indonesia yang belanja online-nya belum membudaya, faktor kemudahan ini tidak boleh diabaikan. Kemudahan ini harus disediakan oleh toko online dalam beberapa hal yaitu:

1. Memudahkan sebuah produk ditemukan.
2. Memudahkan memperoleh informasi detil sebuah produk.
3. Memudahkan pelanggan menyelesaikan belanja.
4. Memudahkan pelanggan melakukan transaksi.

Sebagai fitur standar sebuah mesin toko online, Prestashop juga menyediakan shopping cart atau kereta belanja sebagai salah satu fitur utama untuk berbelanja online. Pelanggan bisa menampung produk-produk yang dibeli ke dalam shopping cart sebelum melakukan pembayaran. Dalam berbelanja online, proses mulai membayar ini disebut dengan *checkout*.

Secara garis besar, proses checkout terdiri atas tiga langkah: penentuan alamat pengiriman, penentuan kurir pengiriman, dan penentuan cara pembayaran. Prestashop menyajikan langkah-langkah tersebut secara jelas sehingga memudahkan pelanggan menyelesaikan belanjanya. Sebelum bisa melakukan langkah-langkah tersebut seorang pelanggan harus terdaftar terlebih dahulu dengan cara registrasi ke toko online tersebut yang bisa dilakukan sendiri.

2.11.2 Manfaat Prestashop bagi pemilik Toko online

Prestashop juga menyediakan kemudahan-kemudahan bagi pemilik toko online. Tugas utama pemilik toko adalah memasukkan data-data produk ke dalam katalog yang akan ditampilkan dalam toko online. Tugas ini dimudahkan oleh Prestashop melalui layar administrasi katalog.

Produk biasanya dikelompokkan dalam kategori tertentu untuk memudahkan pelanggan menemukan produk tersebut. Sama seperti halnya sebuah toko swalayan yang mengelompokkan barang-barang dengan ciri khas atau hubungan tertentu dalam lokasi yang sama atau berdekatan. Prestashop menyediakan mekanisme berupa kategori dan tagging untuk memfasilitasi pengelompokan ini.

Modul pengiriman dan pembayaran biasanya berbeda antara satu negara dengan negara lain. Prestashop menyediakan fasilitas untuk menambahkan modul pengiriman dan pembayaran yang sesuai dengan negara tertentu. Fasilitas ini tersedia melalui penambahan modul yang khusus dibuat untuk keperluan tersebut. Misalnya di Indonesia TIKI cukup banyak dipakai sebagai kurir pengiriman, maka modul pengiriman TIKI bisa dibuat dan ditambahkan ke dalam Prestashop.

Layar administrasi juga menyediakan informasi yang sangat berharga bagi pemilik toko tentang pelanggan, karyawan, dan statistik toko. Statistik toko ini sangat bermanfaat karena menyediakan informasi seperti jumlah pengunjung toko, jumlah pelanggan yang telah terdaftar, produk yang paling laku, pemasok yang produknya paling laris. Statistik dalam Prestashop bisa membantu pemilik toko merencanakan strategi dagangannya ke depan agar lebih untung.

Pada prestashop terdapat istilah menu, kategori dan fitur. Menu merupakan penuntun fasilitas yang tersedia, untuk mengarahkan user dalam memilih proses yang akan dieksekusi. Pada halaman menu admin prestashop terdiri dari catalog, costumers, orders, payment, shipping, stats, modules, employees, preferences, tools.

Kategori merupakan suatu sistem yang berfungsi untuk membantu menjelajahi topik-topik terkait. Pada kategori terdapat sub kategori yang menjelaskan produk secara lebih spesifik. Fitur adalah sejenis teknologi atau identik dengan kemajuan teknologi. Pada prestashop memiliki fitur web yaitu dynamic ajax yang berfungsi sebagai teknik untuk mengembangkan aplikasi web yang lebih interaktif, cepat dan responsif.

2.12 Penelitian terdahulu

Terdapat banyak peneliti yang membahas tentang *e-commerce*, (N. Candra Apriyanto:2011), penulis mengutip beberapa studi penelitian yang ada, antara lain: Sistem informasi penjualan arloji berbasis *web* pada CV. Sinar Terang Semarang. Skripsi ini ditulis akan mencoba membuat sistem informasi penjualan arloji berbasis web yang beralamatkan di Toko Sinar Terang Semarang, saat ini masih menggunakan sistem penjualan secara *manual*. Diantara faktor yang terkait dari sistem *manual* tersebut adalah kurangnya informasi secara luas, sistem analisis penjualan yang kurang efisien dan beberapa faktor lainnya. Metode yang digunakan dalam perancangan dan pembuatan perangkat lunak ini adalah metode *Waterfall*, bahasa pemrograman yang digunakan sebagai *server side scripting* adalah PHP 5.2.2, HTML, dan *Flash MX* sebagai efek multimedia. *Cascading style sheet* (*CSS*) sebagai

representasi *content*, *Macromedia Dreamweaver MX*, *database MySQL* sebagai penyimpanan data. Penelitian ini akan menghasilkan suatu sistem informasi penjualan arloji berbasis *web* pada CV. Sinar Terang – Semarang yang memiliki *interface* sesuai sehingga dapat memberikan informasi secara luas dan bisa mempermudah proses transaksi penjualan arloji secara praktis.

Penelitian lainnya yaitu Agung Wahana dan Irvan Purliansyah (Pembangunan Penjualan Online (*E-Commerce*) Pada Turpez Shop, 2012) Tujuan dari penelitian ini adalah membangun *Electronic Commerce (E-Commerce)* untuk penjualan pakaian secara online memanfaatkan teknologi internet dan fasilitas pembayaran melalui *Paypal*. Metoda pengembangan sistem yang digunakan adalah *Waterfall* dengan alat analisis *Flowmap*, *Data Flow Diagram (DFD)* dan *Entity Relationship Diagram (ER-D)*. Hasil dari penelitian ini adalah sistem informasi yang menangani transaksi pemesanan, pembayaran yang dapat dilakukan melalui transfer uang antar bank dan melalui fasilitas *Paypal*, Pengiriman barang dan fasilitas retur sehingga dapat membantu pelanggan untuk mendapatkan informasi tentang produk yang ditawarkan oleh Turpez Shop, mempermudah pelanggan dalam proses pemesanan produk, dan dapat membantu meningkatkan penjualan bagi perusahaan.

Penelitian lainnya Rizkysari Meimaharani dan Diana Laily (*E-Commerce Goody Bag Spunbond Menggunakan Qr Code Berbasis Web Responsif*, 2014). Pemasaran merupakan salah satu hal yang terpenting bagi pelaku bisnis. Tanpa pemasaran yang baik, maka akan sulit membuat usaha lebih maju. Hal ini juga dialami oleh satu satu pelaku bisnis di kudas, yaitu vantacy shop. Vantacy shop merupakan salah satu usaha yang menjual tas (*goody bag*). Tidak hanya menjual

tetapi juga mendesain sendiri tas tersebut. Pemasaran yang sudah dilakukan adalah *door to door*, artinya pemasaran konvensional. Dengan perkembangan teknologi sekarang ini, dalam penelitian ini ingin mencoba mengangkat Vantacy Shop dengan menciptakan pemasaran secara *online*.

Penjualan *online* ini akan dilengkapi dengan penyebaran informasi mengenai tas (*goody bag*) menggunakan *QR Code*. *QR Code* merupakan teknologi yang sudah banyak diaplikasikan pada system operasi *android*. Jadi dengan adanya *QR Code* ini diharapkan konsumen lebih mudah memperoleh informasi mengenai apa yang ditawarkan dari Vantacy Shop. Selain itu *website* penjualan *online* ini berbasis *web responsive*, sehingga dapat diakses menggunakan semua gadget yang dimiliki oleh konsumen dengan tampilan yang baik.

Penelitian Dessyanto Boedi, Budi Santosa dan Fajar Kurnia (Aplikasi *Mobile Commerce* Penjualan Buku, Studi Kasus Pada Penerbit Pro-U Media Yogyakarta), 2010). Setiap manusia selalu menginginkan kemudahan, kecepatan, dan sistem informasi yang relevan untuk memudahkan dalam segala aktivitasnya. Begitu juga dalam hal jual beli, seperti pemesanan buku. Maka dibutuhkan suatu aplikasi yang dapat mempermudah pemesanan buku khususnya melalui media perangkat bergerak sehingga lebih efektif dan efisien. Konsumen yang sibuk dan tidak dapat datang langsung, dapat melakukan pemesanan melalui ponsel. Penelitian ini menggunakan metode *waterfall* yaitu *requirements, design, coding, test, maintenance*. Aplikasi dibangun berbasis WAP yang dapat diakses melalui perangkat bergerak. Aplikasi ini menangani proses pemesanan buku berikut metode pembayarannya apakah *Cash On Delivery, Transfer Bank* atau menggunakan Kartu Kredit. Terdapat juga proses

pengolahan pelanggan, pengolahan buku maupun transaksi pembayaran bagi admin. Aplikasi dibangun berbasisi WAP dan menggunakan pemrograman PHP, dan XHTML, databasenya menggunakan MySQL serta menggunakan *webserver Apache*. Untuk memvalidasi digit kartu kredit menggunakan *Algoritma Luhn*.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah bagaimana merancang *website* penjualan yang dapat mempromosikan penjualandengan menggunakan CMS Prestashop dan MySQL sebagai *database*-nya.

3.2 Visi dan Misi

Adapun visi dan misi dari Khanza Olshop adalah sebagai berikut:

Visi

1. Menjadikan Khanza Olshop sebagai online shop tas yang maju dan terkenal
2. Mengenalkan berbagai macam produk tas terbaru

Misi

1. Memberikan pelayanan terhadap pelanggan atau masyarakat
2. Memperluas pemasaran produk-produk tas Khanza Olshop

3.3 Metode Pengumpulan Data

Merupakan metode yang digunakan penulis dalam melakukan analisis data dan menjadikannya informasi yang akan digunakan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi.

1. Observasi

Pada tahap observasi, merupakan kegiatan pengamatan dengan meneliti dokumen-dokumen produk yang ada untuk pembuatan aplikasi.

2. Studi Pustaka

Merupakan pengumpulan bahan-bahan yang berkaitan dengan judul skripsi melalui membaca buku-buku dari perpustakaan dan mencari referensi artikel dari *internet*.

3. Daftar Pertanyaan (*Questioner*)

Membuat beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan yang ditujukan pada orang yang terlibat dimana objek penelitian tersebut dilakukan

3.4 Metode Pengumpulan Sistem

Metode pengembangan yang penulis gunakan untuk pengembangan aplikasi yaitu metode pengembangan SDLC (*System Development Life Cycle*) dengan model proses *Waterfall* yang pertama kali dikenal oleh Winston Royce yang dipublikasikan pada tahun 1970 yang kemudian dikemukakan oleh Pressman (Edisi 5 tahun 2001: 28). Berikut tahapan-tahapannya :

1. *Analysis* (Analisis), yaitu merupakan tahap awal dimana dilakukan proses pengumpulan data, identifikasi masalah, usulan pemecahan masalah dan analisis kebutuhan sistem yang difokuskan untuk pembuatan aplikasi.

Di dalam analisis sistem terdapat tiga langkah dasar yang harus dilakukan, yaitu antara lain :

- a. Identifikasi masalah, yaitu mengidentifikasikan masalah yang didapat dalam aktivitas pengumpulan data sebelumnya.
 - b. Usulan pemecahan masalah, yaitu mengusulkan pemecahan masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya.
2. *Software Requirement*, yaitu menganalisis kebutuhan *software*. Berdasarkan identifikasi masalah di atas yang akan dikembangkan secara rinci.
 3. *Design* (Perancangan), yaitu melakukan perancangan agar dapat menyediakan layanan yang diharapkan. Pada tahap ini dilakukan pembuatan *Context Diagram*, *Data Flow Diagram* (DFD), *Entity Relational Diagram* (ERD), perancangan *database*, perancangan struktur menu serta perancangan layar aplikasi. *Code Generation* (Pengkodean), yaitu melakukan penerapan hasil rancangan ke dalam bentuk yang dapat dibaca dan dimengerti oleh komputer.
 4. *Test* (Pengujian), yaitu program harus diuji coba yang difokuskan pada aktivitas pemastian bahwa semua perintah yang ada telah dicoba dan fungsi eksternal untuk memastikan bahwa dengan masukan tertentu suatu fungsi akan menghasilkan keluaran sesuai dengan yang dikehendaki.
 5. *Support* (Pemeliharaan), yaitu merupakan kegiatan pemeliharaan terhadap data-data pada aplikasi yang harus dilakukan secara rutin.

3.5 Analisis Sistem Berjalan

Analisa sistem informasi akan membantu dalam mengetahui informasi-informasi tentang sistem yang sedang berjalan. Sehingga dengan analisa sistem bisa

diketahui sejauh mana kebutuhan yang telah ditangani oleh sistem yang berjalan, dan bagaimana agar kebutuhan yang belum dipenuhi dapat diberikan solusinya dan diterapkan dalam tahap perancangan system.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan di Khanza Olshop, penyampaian informasi penjualan produk masih menggunakan fasilitas jejaring sosial. Hal ini tentu saja masih banyak kendala yang dihadapi terkait dengan jejaring sosial tersebut, dimana penjualan melalui jejaring sosial tersebut terbatas hanya menampilkan foto produk serta harga dari produk tersebut.

Penyampaian informasi juga masih mengandalkan media jejaring sosial. Penampilan produk-produk hanya bersifat tampilan informasi, proses transaksi penjualan secara langsung di jejaring atau blog ini tidak dapat dilakukan. Proses penjualan produk hanya dapat dilakukan dengan kontak informasi yang berupa nomor telepon dengan dicantumkan oleh Khanza Olshop. Bagaimana agar kebutuhan yang belum dipenuhi dapat diberikan solusinya dan diterapkan dalam tahap perancangan system.

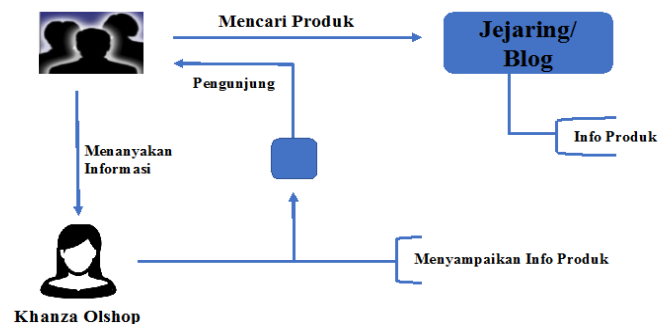
Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan di Khanza Olshop, penyampaian informasi penjualan produk masih menggunakan fasilitas jejaring sosial. Hal ini tentu saja masih banyak kendala yang dihadapi terkait dengan jejaring sosial tersebut, dimana penjualan melalui jejaring sosial tersebut terbatas hanya menampilkan foto produk serta harga dari produk tersebut.

Penyampaian informasi juga masih mengandalkan media jejaring sosial. Penampilan produk-produk hanya bersifat tampilan informasi, proses transaksi penjualan secara langsung di jejaring atau blog ini tidak dapat dilakukan. Proses

penjualan produk hanya dapat dilakukan dengan kontak informasi yang berupa nomor telepon dengan dicantumkan oleh Khanza Olshop.

3.5.1 Kelemahan Sistem Berjalan

1. Pencatatan pemesanan transaksi masih manual.
2. Pesanan tertukar merupakan dampak dari kesalahan pada pemesanan.
3. Komunikasi ke pelanggan kurang lancar, karena mengurus semua hal sendiri mulai promosi produk, melayani pelanggan, menerima permintaan, mengurus pengiriman termasuk pembayaran.
4. Transaksi kerap tertunda karena bergantung pada interaksi pembeli dan penjual. Kalau pembeli tidak tanggap merespons pertanyaan pembeli, niat untuk belanja bisa tertunda atau bahkan batal.
5. Sistem promosi dari Khanza Olshop masih tergolong kecil dimana system promosinya melalui teman atau kerabat dekat. Bila digambarkan dengan gambar sederhana, maka dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Gambaran Sistem Lama Khanza Olshop

3.6 Alternatif Pemecahan Masalah

Selanjutnya analisis sistem harus menentukan langkah pemecahan apa yang akan di lakukan. Tujuan yang ingin dicapai dalam pemeliharaan alternatif solusi ini adalah dapat menentukan solusi atau pemecahan apa yang paling memadai dan bermanfaat bagi pemakai. Sedangkan sasaran yang ingin dicapai adalah dapat menentukan alternatif-alternatif pemecahan masalah berdasarkan penggunaan masalah berdasarkan penggunaan sistem informasi *e-commerce*. Tahap ini melengkapi:

1. Mengevaluasi dampaknya pada pemakai.
2. Mengevaluasi dampaknya pada aktivitas usaha Khanza Olshop.
3. Mengevaluasi sejauhnya alternatif pemecahan masalah ini dapat memenuhi fungsi sistem informasi *e-commerce* yang diminta.

Untuk mendapatkan alternatif pemecahan yang paling baik, maka perlu dilakukan beberapa aktivitas dengan lebih spesifik:

1. Menentukan cara yang dapat dilakukan dalam menerapkan sistem informasi *e-commerce* dan untuk itu perlu ditentukan spesifikasi alternatif pemecahan apa yang akan dilakukan.
2. Menentukan analisis kelayakan dari alternatif pemecahan yang akan dipilih.
3. Mempersiapkan jadwal perancangan dan teknik pemecahan masalah yang direkomendasikan.

BAB IV

ANALISIS DAN IMPLEMENTASI SISTEM

4.1 Analisis Sistem yang Berjalan

Khanza Olshop merupakan online shop yang menjual bermacam-macam tas pria atau wanita serta menampilkan produk-produk yang sedang model saat ini, oleh sebab itu Khanza Olshop berusaha untuk meningkatkan pelayanan terhadap *user*, memperluas pemasaran dan aktif meningkatkan penjualannya. Tetapi yang menjadi kendala saat ini yaitu banyaknya penipuan didunia maya, membuat kepercayaan konsumen akan peluang usaha yang sering terjadi yaitu uang sudah ditransfer tapi barang / produk tidak dikirimkan, atau kualitas barang sering mengecewakan tidak sesuai dengan foto yang ditampilkan.

4.2 Analisis Sistem yang Diusulkan

Pada Khanza Olshop akan dibuat sebuah Sistem informasi penjualan berbasis *web (e-commerce)* itu sendiri. Perancangan aplikasi ini di bangun bertujuan untuk memudahkan pembeli atau *customer* pada khususnya dan pelanggan serta masyarakat pada umumnya dalam mendapatkan informasi mengenai produk Khanza Olshop, cukup dengan cara membuka website, informasi mengenai Produk Khanza Olshop dapat lihat dengan baik dan jelas.

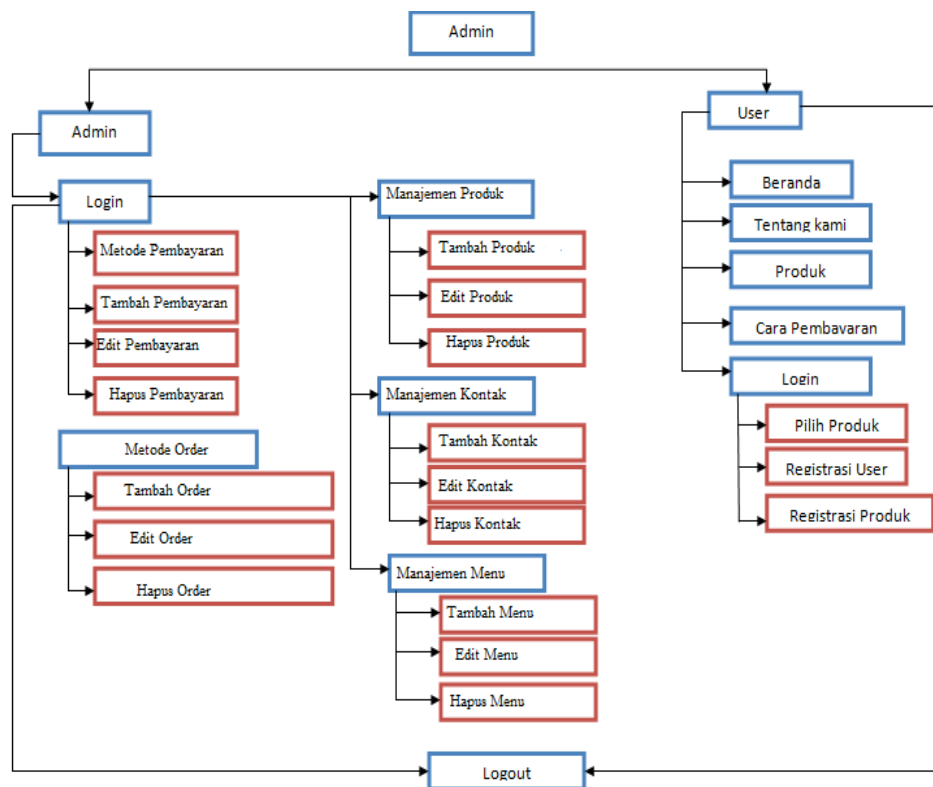
Sistem yang akan dikembangkan nantinya mampu menjawab segala permasalahan diatas, diantaranya :

1. Transaksi penjualan tas tidak harus dilakukan secara langsung.
2. Sistem ini nantinya dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pemasaran produknya.

3. Metode pembayaran dapat dilakukan dengan transfer bank.

Untuk membuat suatu sistem maka perlu dibuatkan *DFD* serta *ERD* nya. Yang perlu di analisis dalam hal ini meliputi penjualan, pembelian apakah sudah efisien dalam penggunaan bagi keperluan toko.

Berikut ini merupakan perancangan menu dari *website* Khanza Olshop digambarkan sebagai berikut :



Gambar 4.1 Perancangan Menu

Pada tahap ini, penulis melakukan beberapa aktivitas, yaitu identifikasi masalah, usulan pemecahan masalah dan analisa kebutuhan sistem. Pemodelan ini diawali dengan mencari kebutuhan dari keseluruhan sistem yang akan diaplikasikan ke dalam bentuk *software*.

Di dalam analisis sistem terdapat tiga langkah dasar yang harus dilakukan, yaitu antara lain :

1. Identifikasi masalah, yaitu mengidentifikasikan masalah yang didapat dalam aktivitas pengumpulan data sebelumnya.
2. Usulan pemecahan masalah, yaitu mengusulkan pemecahan masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya.
3. *Software Requirement*, yaitu menganalisis kebutuhan *software*.

Berdasarkan identifikasi masalah di atas yang akan dikembangkan secara rinci.

4.2.1 Design (Perancangan)

Setelah tahap analisis selesai, maka selanjutnya adalah merancang aplikasi yang telah didefinisikan sebelumnya. Perancangan sistem dimulai dengan perancangan *Context Diagram*, *Data Flow Diagram* (DFD) dan perancangan *database*.

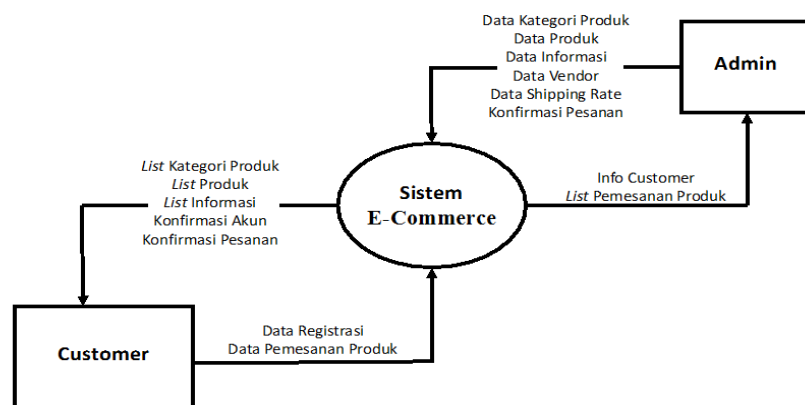
1. Perancangan *Context Diagram*

Proses bisnis yang terjadi pada sistem ini yaitu :

- a) Pelanggan diharuskan memiliki *account* dengan melakukan registrasi terlebih dahulu.
- b) Pelanggan melakukan pembelian produk-produk yang dijual pada Khanza Olshop.
- c) Setelah pelanggan telah selesai melakukan belanja, pelanggan dapat melakukan transaksi dengan melewati tahap *checkout* yaitu penentuan alamat pengiriman, penentuan kurir pengiriman dan penentuan cara pembayaran.

- d) Pelanggan mendapatkan faktur secara langsung setelah menyelesaikan transaksi dengan status *preparation in progress*.
- e) Khanza Olshop kemudian mengecek dan mempersiapkan barang yang akan dikirim ke pelanggan.
- f) Metode pembayaran yang terjadi didalam transaksi pembelian ini menggunakan transfer antar bank dari bank pelanggan ke bank Khanza Olshop.
- g) Barang dikirim oleh jasa kurir pengiriman dan akan sampai ke pelanggan tergantung dari wilayah pengiriman.

Alur proses dari pengembangan aplikasi ini dapat digambarkan dalam suatu *context diagram* berikut :



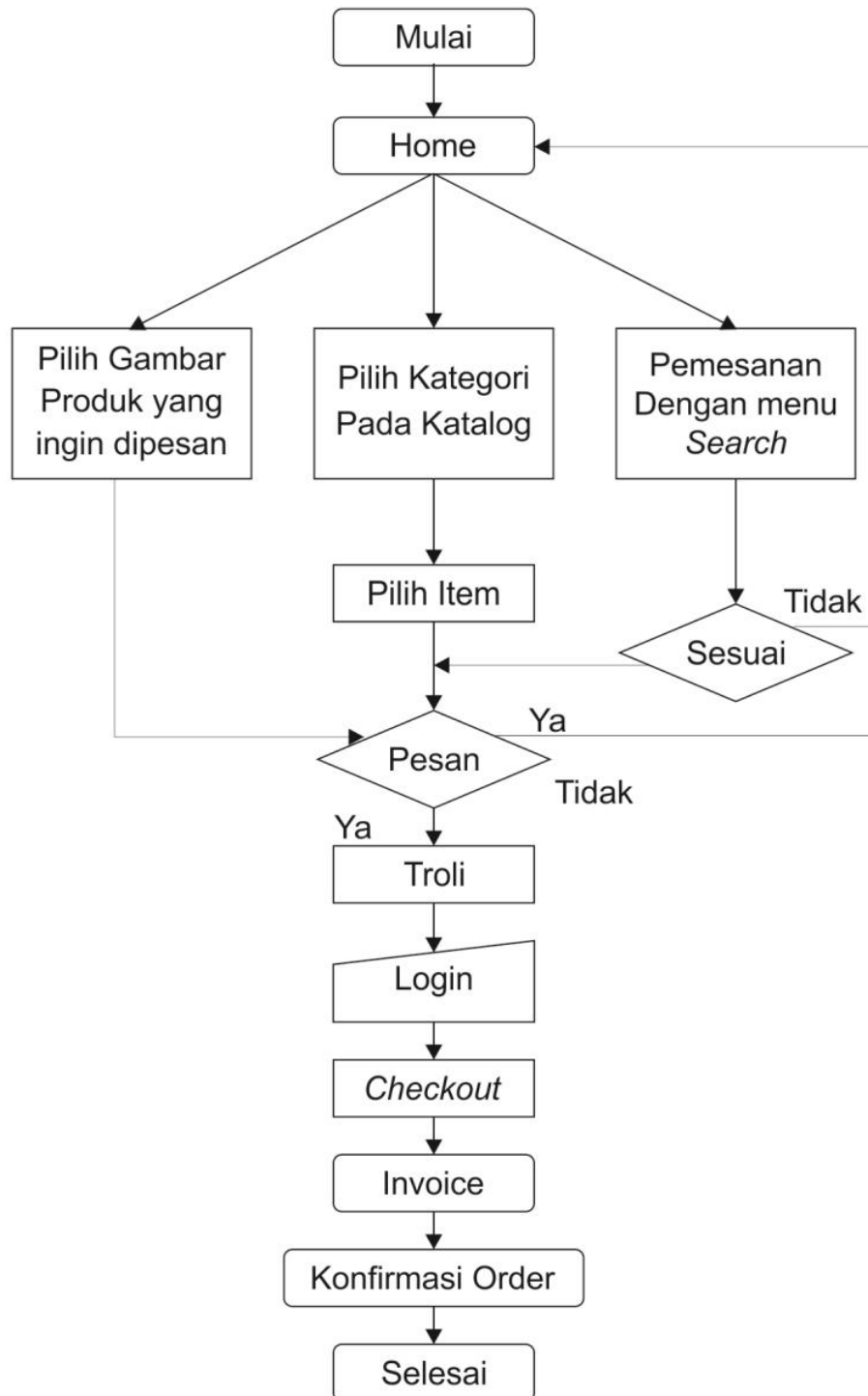
Gambar 4.2 Context Diagram Aplikasi Khanza Olshop

Ketika aplikasi *e-commerce* ini dimulai maka akan ditampilkan halaman utama (*home*) dari *website* yang berisi sebagian dari gambar-gambar produk yang ada di Khanza Olshop. Adapun Tahapan proses pemesanan yaitu :

1. Untuk memulai proses pemesanan dan transaksi pembelian, *user* dapat melakukan pemilihan produk yang ingin dibelinya.

2. Jika *user* telah memilih produk, maka klik tombol tambah ke troli.
3. Jika *user* ingin melanjutkan belanja atau membeli produk lainnya, *user* dapat kembali ke halaman utama.
4. Sebaliknya jika *user* merasa salah pilih produk, klik tombol hapus, *user* juga dapat merubah jumlah pesanan lalu klik ok, atau jika sudah berbelanja klik selanjutnya.
5. Selanjutnya isi form yang tersedia secara jelas: nama, alamat, nomor telepon, *email*, password.
6. Maka akan ditampilkan informasi kurir pengiriman dan selanjutnya tahap pembayaran yang akan digunakan oleh *user*.
7. Proses *checkout* selanjutnya akan menampilkan konfirmasi order.
8. Order *user* akan diproses oleh Khanza Olshop dan barang yang telah dipesan akan segera dikirim.
9. Jika transaksi telah selesai maka pelanggan akan mendapat *invoice* sebagai bukti bahwa pelanggan tersebut telah melakukan transaksi.

Proses pemesanan tas *online* dapat digambarkan dalam bentuk *flowchart* yang dapat dilihat pada Gambar 4.3 berikut :



Gambar 4.3 Flowchart Proses Pemesanan Khanza Olshop

4.3 Batasan Implementasi

Batasan implementasi dibuat dengan tujuan agar dalam pengujian sistem baru Khanza Olshop ini dapat berjalan dengan baik sesuai dengan data yang ada dan perangkat keras, dan perangkat lunak yang digunakan. Batasan implementasi adalah sebagai berikut :

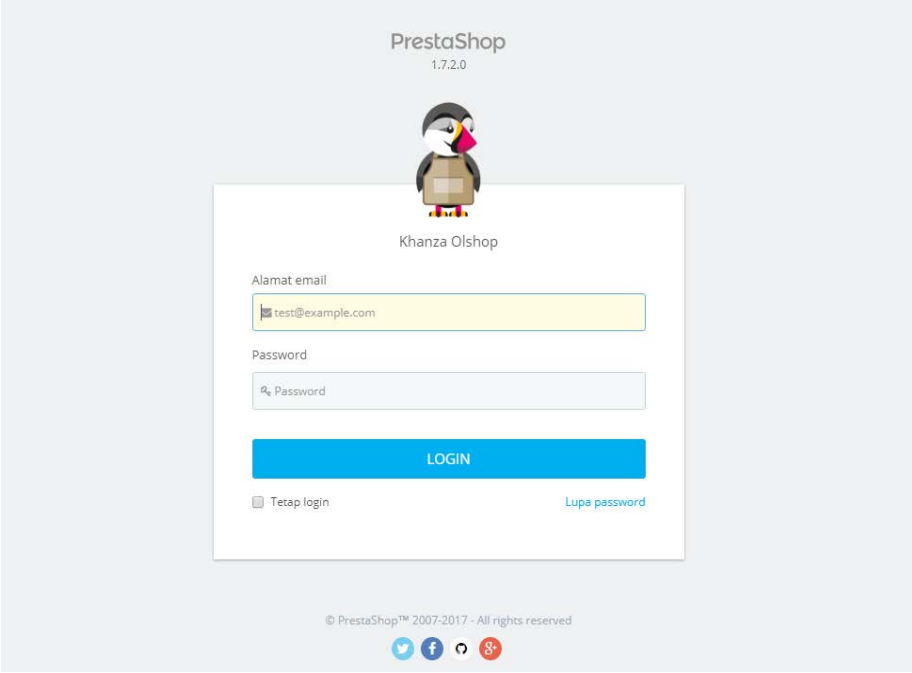
1. Diasumsikan bahwa telah dilakukan *hosting* terhadap situs *web* dan basis datanya.
2. Jumlah kategori tas yang digunakan adalah 3 buah.
3. Data tas diasumsikan sama dengan data tas yang ada pada Khanza Olshop.
4. Tas yang dijual adalah tas untuk Pria/wanita remaja dan dewasa.
5. Pemilik/pengelola olshop menentukan kebijakan dan memeriksa setiap laporan.
6. Data member yang digunakan adalah data yang diasumsikan dari seorang member yang melakukan pembelian tas di Khanza Olshop secara *online*.
Member dapat berbelanja secara online di Khanza Olshop hingga menerima tas yang dikirimkan oleh pihak pengirim.

4.4 Implementasi Antar Muka untuk Admin

Halaman ini berisi mengenai *file-file* yang dapat diakses oleh Admin mengenai pengolahan data *master* seperti data kategori produk, data produk, data pelanggan, kemudian untuk pengolahan data transaksi seperti data pemesanan masuk dan laporan penjualan.

4.4.1 *Form Login Admin*

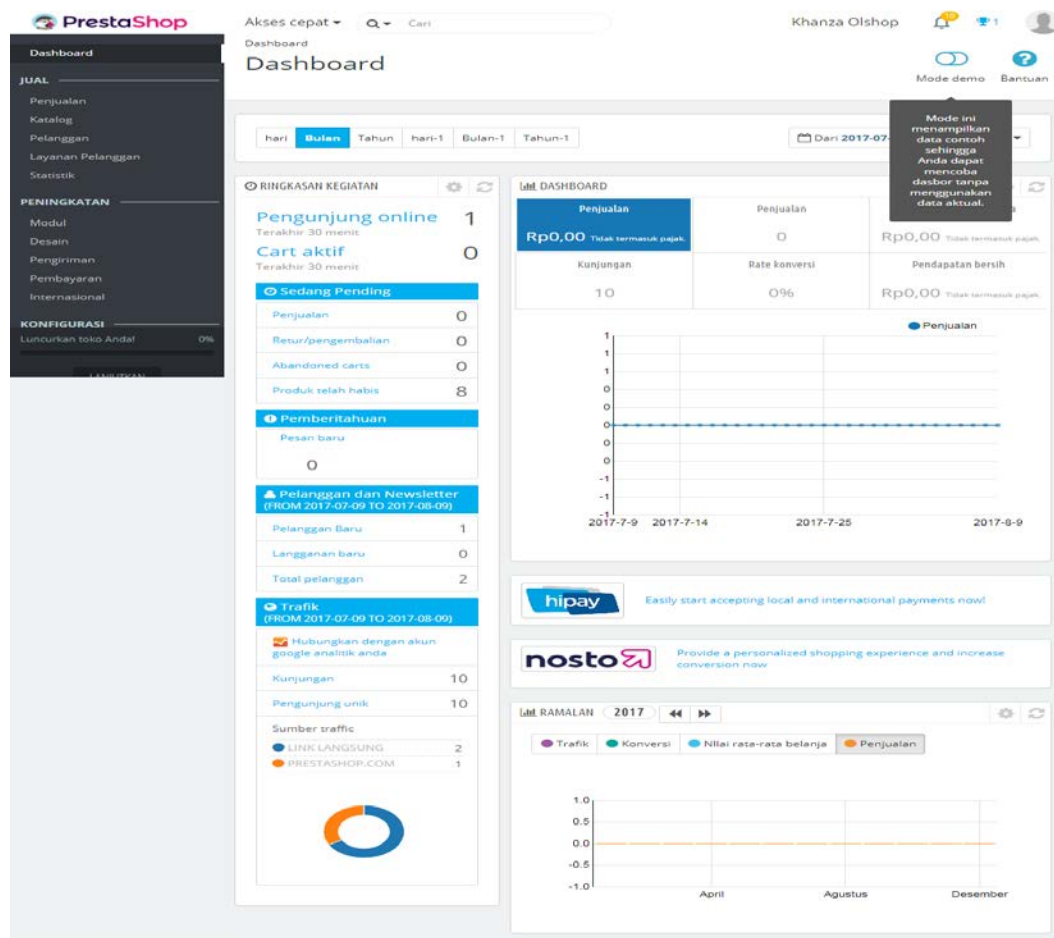
Pada saat masuk/*login*, admin menginputkan PIN dan *password* yang dimiliki oleh admin, lalu admin menekan tombol masuk. Bentuk halaman masuk/*login* admin pada sistem penjualan Khanza Olshop. Berikut adalah bentuk tampilan dari halaman *login admin*.

The image shows the admin login interface of a PrestaShop 1.7.2.0 installation. At the top, the PrestaShop logo and version number are displayed. Below this is a penguin mascot holding a shopping bag, with the store name 'Khanza Olshop' underneath. The login form consists of two input fields: 'Alamat email' (Email Address) with the placeholder 'test@example.com' and 'Password' with a placeholder 'Password'. A blue 'LOGIN' button is positioned below the password field. At the bottom of the form, there is a checkbox labeled 'Tetap login' (Remember me) and a link labeled 'Lupa password' (Forgot password). The footer of the page includes the copyright notice '© PrestaShop™ 2007-2017 - All rights reserved' and social media icons for Twitter, Facebook, and Google+.

Gambar 4.4 Halaman *Login Admin*

4.4.2 *Halaman Menu Utama Admin*

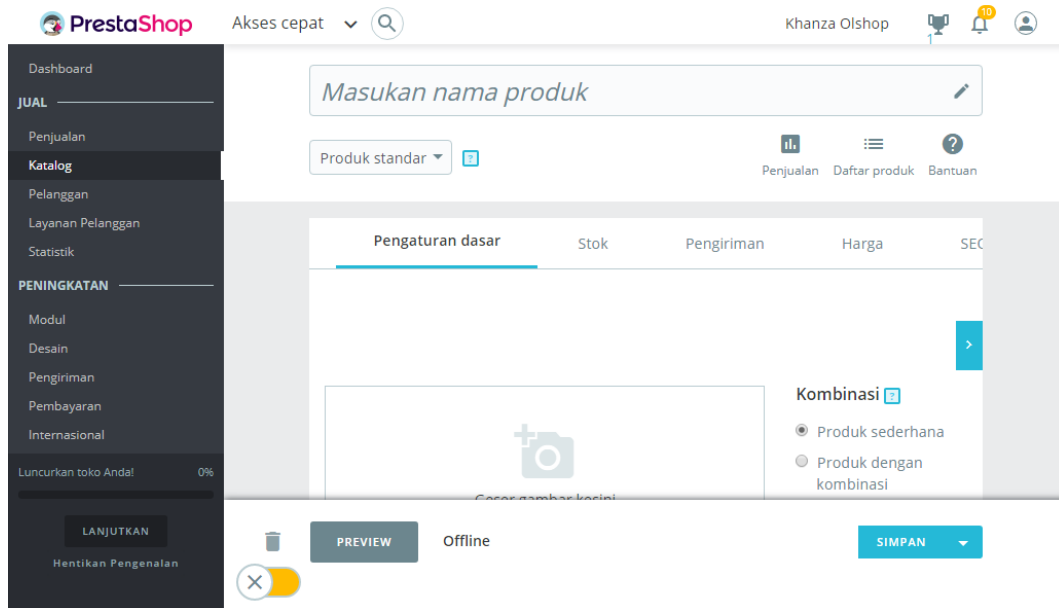
Halaman *menu utama admin* merupakan halaman yang berfungsi untuk mengelola menu – menu atau *form* lainnya yang terdapat di dalam aplikasi. Setelah berhasil masuk/*login*, admin dapat melihat halaman beranda admin dan memilih menu yang diinginkan admin untuk mengatur situs *web* Khanza Olshop. Bentuk halaman beranda admin pada sistem penjualan *online* Khanza Olshop.



Gambar 4.5 Halaman Menu Utama Admin

4.4.3 Halaman *Input Product*

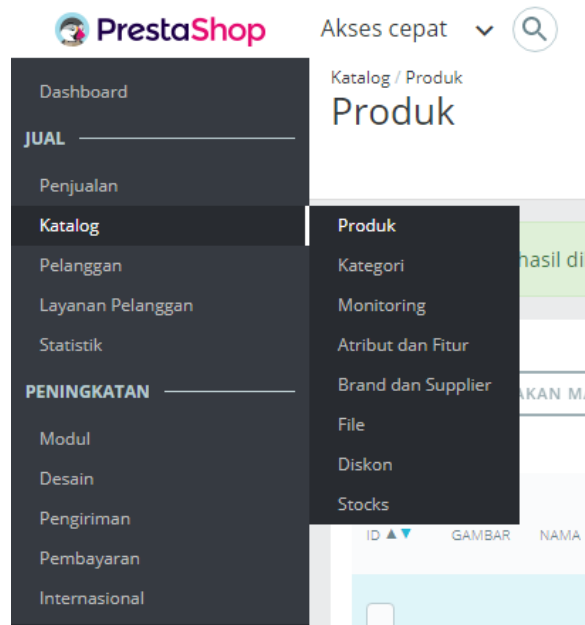
Halaman *input product* merupakan *form* yang berfungsi untuk mengelola dan menambah produk – produk yang akan dijual di dalam aplikasi. Berikut adalah bentuk tampilan dari halaman *input product*.



Gambar 4.6 Halaman *Input Product*

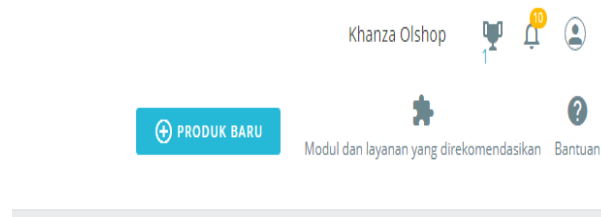
Langkah-langkah menambah produk adalah sebagai berikut:

1. Pilih menu Katalog kemudian pilih Produk.



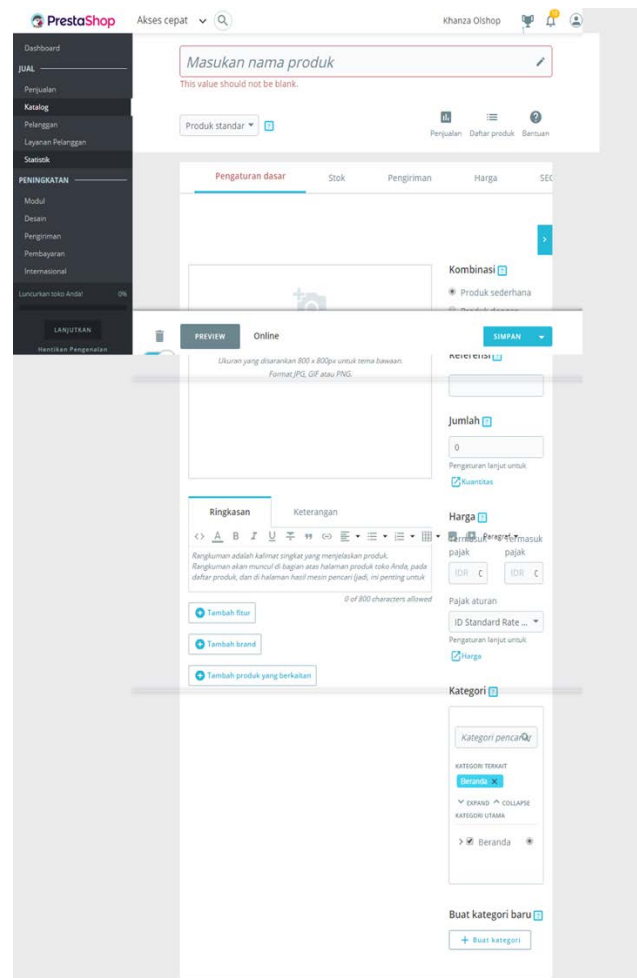
Gambar 4.7 Tambah Produk

2. Kemudian pilih Produk Baru.



Gambar 4.8 Produk Baru

3. Lalu isilah Nama Produk, Gambar, Produk Kombinasi atau Sederhana, Jumlah Produk, Harga, Pajak dan Kategori mana yang akan dimasukan



Gambar 4.9 Menambah Produk

4. Kemudian Simpan.

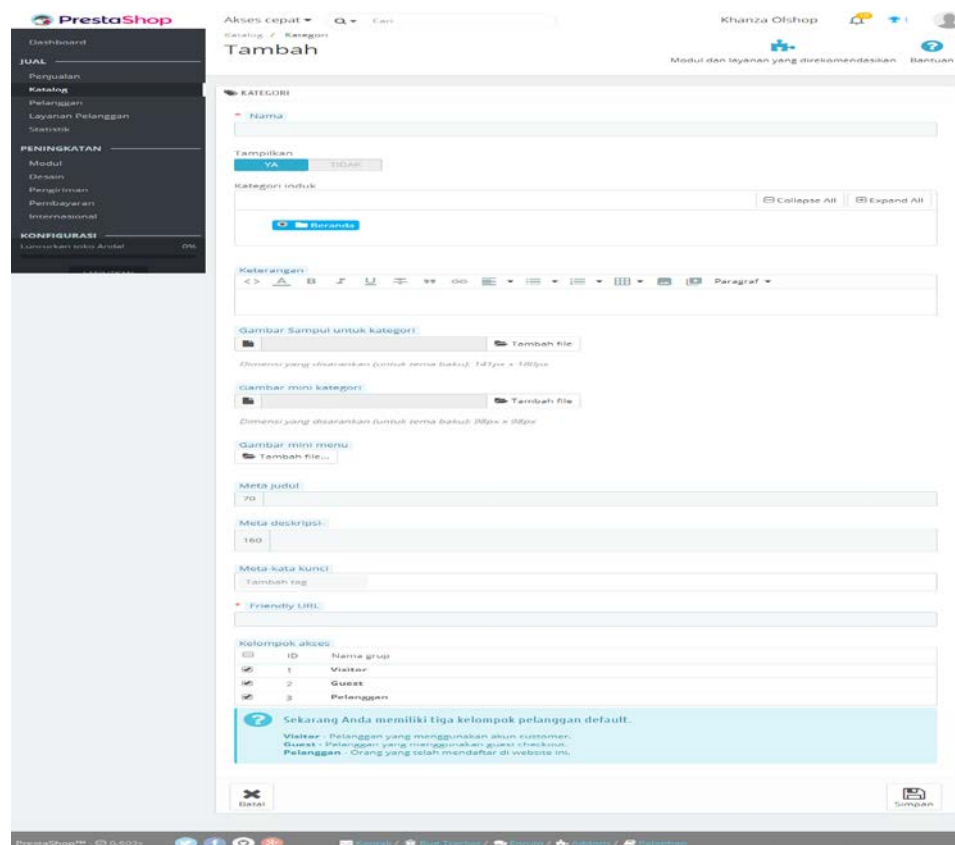


The image shows a small section of the PrestaShop interface. On the left, there is a vertical sidebar with a blue header. To the right of the sidebar, there is a form area. In this area, there is a section titled 'Kombinasi' with two radio button options: 'Produk sederhana' (selected) and 'Produk dengan kombinasi'. Below these options, there is a blue button with the text 'SIMPAN' (Save).

Gambar 4.10 Simpan Produk

4.4.4 Halaman *Input Category*

Halaman *input category* merupakan Halaman yang berfungsi untuk mengelola dan mengedit kategori – kategori produk di dalam aplikasi. Berikut adalah bentuk tampilan dari halaman *input category*.

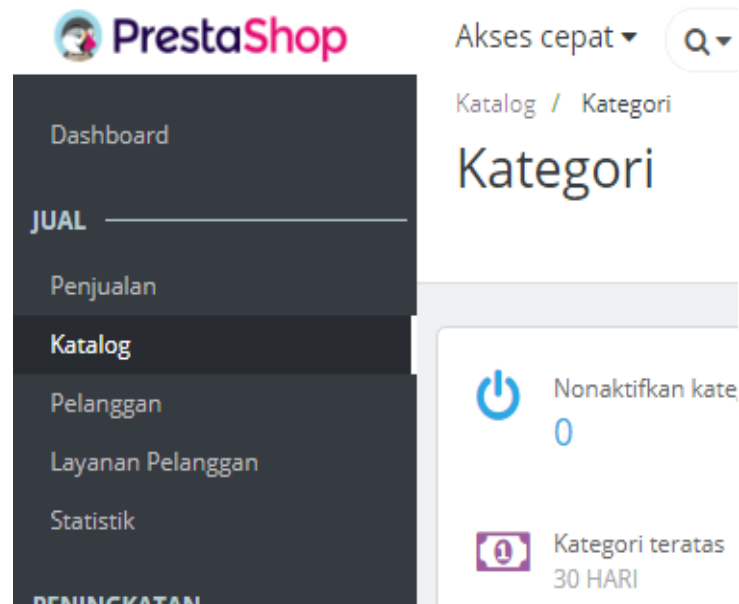


The image shows the 'Tambah Kategori' (Add Category) page in the PrestaShop admin interface. The page has a dark sidebar on the left with various menu items. The main content area is titled 'Tambah' and contains a form for adding a new category. The form includes fields for 'Nama' (Name), 'Tampilkan' (Display) with 'Ya' (Yes) and 'Tidak' (No) buttons, 'Kategori induk' (Parent category) with a 'Beranda' (Home) button, and a rich text editor for 'Keterangan' (Description). Below the description, there are three sections for uploading images: 'Gambar Sampul untuk kategori' (Category cover image), 'Gambar mini kategori' (Category thumbnail image), and 'Gambar mini menu' (Category mini menu image). Each section has a 'Tambah file' (Add file) button. Below the image uploads, there are fields for 'Meta judul' (Meta title), 'Meta deskripsi' (Meta description), 'Meta kata kunci' (Meta keywords), and 'Friendly URL'. At the bottom, there is a section for 'Kelompok akses' (Access groups) with a table showing three default groups: 'Visiter' (Visitor), 'Guest', and 'Pelanggan' (Customer). A blue box at the bottom of the form states: 'Sekarang Anda memiliki tiga kelompok pelanggan default. Visiter - pelanggan yang menggunakan akun customer. Guest - pelanggan yang mengerjakan guest checkout. Pelanggan - Orang yang telah mendaftar di website ini.' (Now you have three default customer groups. Visitor - customer using a customer account. Guest - customer making a guest checkout. Customer - people who have registered on this website.)

Gambar 4.11 Halaman *Input Category*

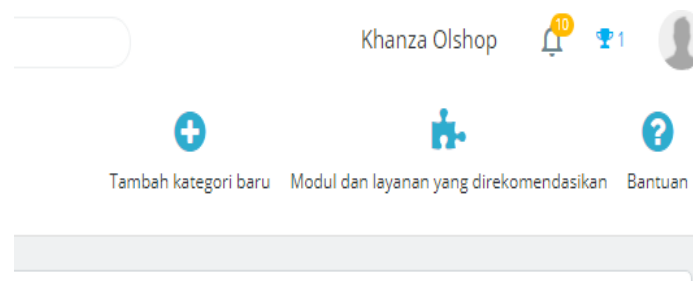
Langkah – langkah menambah kategori adalah sebagai berikut:

1. Pilih menu Katalog kemudian pilih Kategori.



Gambar 4.12 Kategori

2. Kemudian klik Tambah Kategori.



Gambar 4.13 Tambah Kategori

3. Lalu isi Nama Kategori, Keterangan, Gambar Sampul untuk Kategori, Gambar mini Kategori, Gambar mini Menu.

PrestaShop Akses cepat Katalog / Kategori **Tambah** Khanza Olshop

KATEGORI

* Nama

Tampilkan **YA** TIDAK

Kategori induk **Beranda** Collapse All Expand All

Keterangan

Gambar Sampul untuk kategori **Tambah file**
Dimensi yang disarankan (untuk tema baku): 141px x 180px

Gambar mini kategori **Tambah file**
Dimensi yang disarankan (untuk tema baku): 50px x 50px

Gambar mini menu **Tambah file**

Meta judul 70

Meta deskripsi 160

Meta-kata kunci **Tambah tag**

* Friendly URL

Kelompok akses

ID	Nama grup
<input checked="" type="checkbox"/> 1	Visitor
<input checked="" type="checkbox"/> 2	Guest
<input checked="" type="checkbox"/> 3	Pelanggan

Sekarang Anda memiliki tiga kelompok pelanggan default.
 Visitor - Pelanggan yang menggunakan akun customer.
 Guest - Pelanggan yang menggunakan guest checkout.
 Pelanggan - Orang yang telah mendaftar di website ini.

Batal **Simpan**

PrestaShop™ - 5.6.03s [Sitemap](#) / [Bug Tracker](#) / [Forum](#) / [Addons](#) / [Pembelian](#)

Gambar 4.14 Menambah Kategori

4. Kemudian Simpan.

Sekarang Anda memiliki tiga kelompok pelanggan default.
 Visitor - Pelanggan yang menggunakan akun customer.
 Guest - Pelanggan yang menggunakan guest checkout.
 Pelanggan - Orang yang telah mendaftar di website ini.

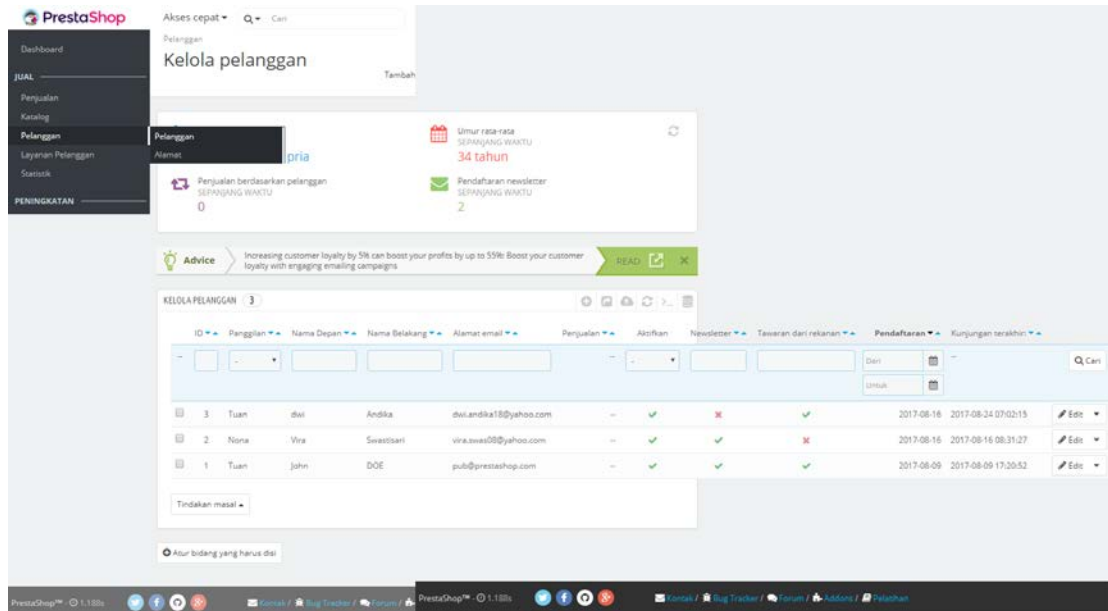
Simpan

[Bug Tracker](#) / [Forum](#) / [Addons](#) / [Pembelian](#)

Gambar 4.15 Simpan Kategori

4.4.5 Halaman Menu Pelanggan

Halaman ini menampilkan semua daftar pelanggan. Berikut adalah bentuk tampilan dari halaman menu pelanggan.



Gambar 4.16 Halaman Menu Pelanggan

4.4.6 Halaman Data Penjualan

Halaman data penjualan merupakan halaman yang berfungsi untuk mengecek kembali atau melihat total produk yang terjual maupun tidak terjual di dalam aplikasi. Berikut adalah bentuk tampilan dari halaman data penjualan.

Penjualan

Rate konversi 30 HARI: 0%

Abandoned carts 30 HARI: 0

Rata-rata nilai penjualan 30 HARI: Rp0,00

Pendapatan bersih per kunjungan 30 HARI: Rp0,00

ID	Referensi	Pelanggan baru	Pengiriman	Pelanggan	Jumlah	Pembayaran	Status	Tanggal
5	KHWLJZLL	Tidak	Amerika Serikat	J. DOE	Rp71,51	Bank wire	Menunggu pembayaran via transfer bank	2017-08-11 15:32:20
4	FFATNOMMJ	Tidak	Amerika Serikat	J. DOE	Rp89,89	Payment by check	Menunggu pembayaran via cek	2017-08-11 15:32:20
3	UOYEVOLI	Tidak	Amerika Serikat	J. DOE	Rp76,01	Payment by check	Pembayaran error	2017-08-11 15:32:20
2	OHSATSERP	Tidak	Amerika Serikat	J. DOE	Rp75,90	Payment by check	Menunggu pembayaran via cek	2017-08-11 15:32:20
1	XXBRNABJK	Ya	Amerika Serikat	J. DOE	Rp55,00	Payment by check	Dibatalkan	2017-08-11 15:32:20

Gambar 4.17 Halaman Data Penjualan

4.5 Implementasi Antar Muka untuk User

Halaman ini berisi mengenai produk-produk yang ada di Khanza Olshop untuk User.

4.5.1 Halaman Login User

Halaman *login user* merupakan *login* yang akan dilakukan oleh *user* saat *user* akan menggunakan *website* untuk berbelanja. Berikut adalah bentuk tampilan dari halaman *login user*.

The screenshot shows the top navigation bar with links 'Hubungi kami', 'Login', and 'Troli (0)'. Below this is a header with the 'Kianja Online' logo, category links 'TAS', 'SANDAL', and 'JAM TANGAN', and a search bar containing 'Cari di Katalog kami'. The main content area is titled 'Login' and contains a form with fields for 'Email' and 'Password'. A 'PILIH' button is next to the password field. Below the fields is a link 'Lupa password Anda?' and a blue 'LOGIN' button. At the bottom of the form is a link 'Tidak punya akun? Buat akun disini'.

Gambar 4.18 Halaman *Login User*

4.5.2 Halaman *Register User*

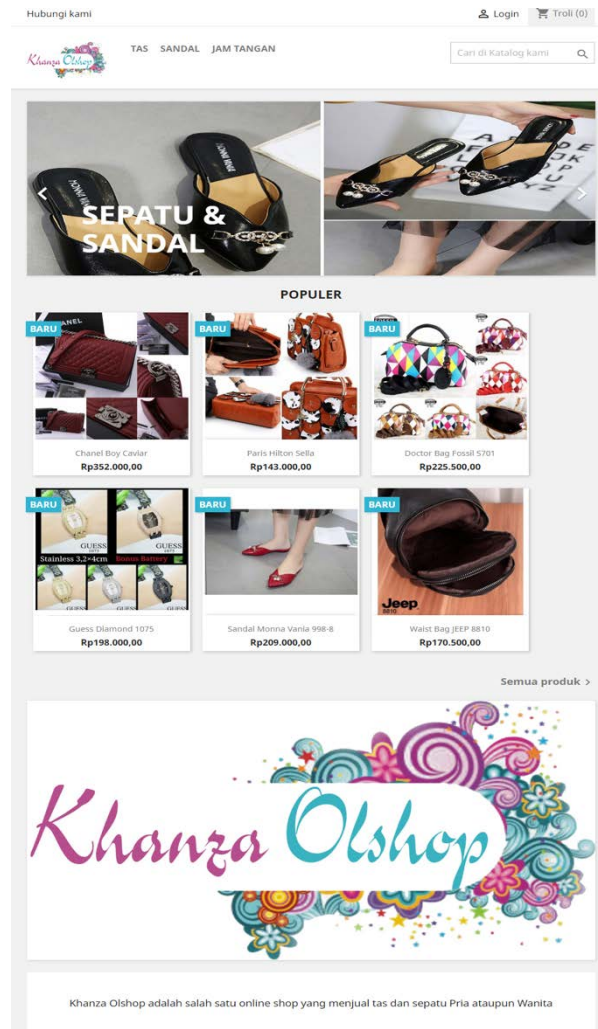
Halaman *register user* merupakan halaman yang berisi semua data *user* sesuai awal mendaftar. Berikut adalah bentuk tampilan dari halaman *register user*.

The screenshot shows the registration form. It starts with 'Panggilan' (Mr/Ms) selection, with 'Nona' selected. Then are fields for 'Nama Depan' (Vira), 'Nama Belakang' (Swastisari), and 'Email' (vira.swas08@yahoo.com). Below these is a section 'Buat akun (opsional)' with the text 'Dan hemat waktu Anda saat pembelian berikutnya!'. This section includes a 'Password' field (masked with dots) with a 'PILIH' button, labeled 'Opsional'. It also includes a 'Tanggal lahir' (Date of birth) field with the value '1990-11-31', labeled 'Opsional', with a note '(Mis.: 1970-05-31)'. At the bottom, there are two checkboxes: 'Terima penawaran khusus dari rekanan kami' (unchecked) and 'Berlangganan buletin kami' (checked). Below the second checkbox is a paragraph: 'Anda dapat berhenti berlangganan kapan saja. Caranya, temukan informasi kontak kami di halaman aturan penggunaan.'

Gambar 4.19 Halaman *Register User*

4.5.3 Halaman Utama User

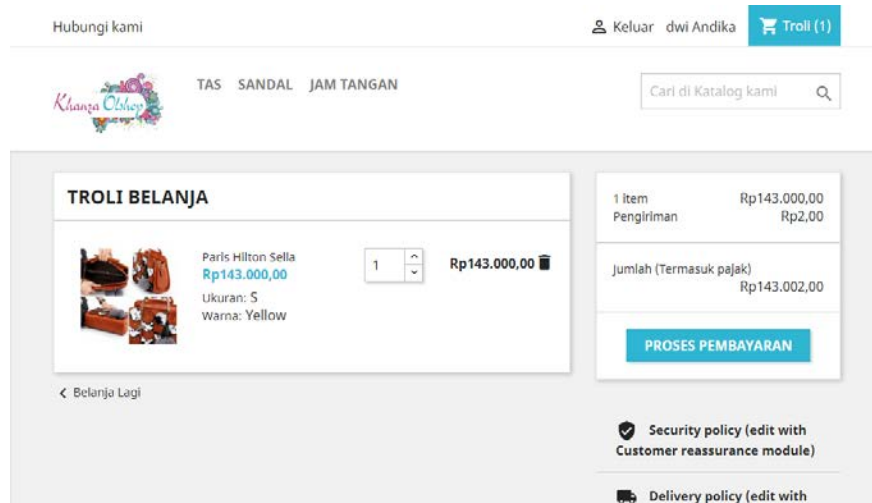
Halaman utama *user* merupakan halaman utama di dalam aplikasi *user*. Halaman utama *user* akan tampil saat *user* mengakses ke aplikasi *prestashop*. Berikut adalah tampilan halaman utama *user*.



Gambar 4.20 Halaman Utama User

4.5.4 Halaman Keranjang Belanja

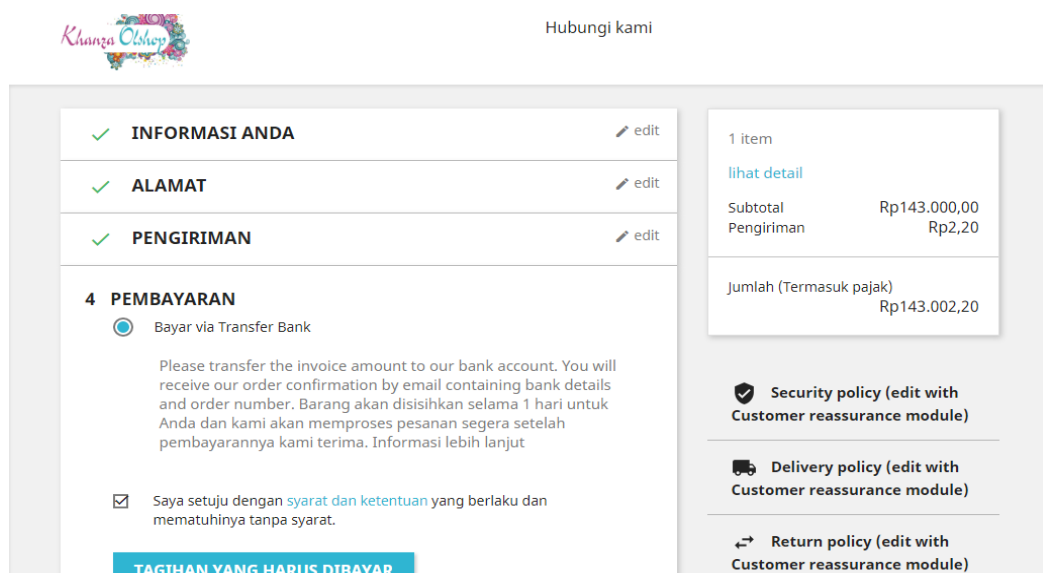
Produk yang telah dipesan secara otomatis akan masuk ke keranjang belanja, keranjang belanja ini menampilkan jumlah harga pesanan yang telah dipilih pelanggan. Berikut adalah bentuk tampilan dari halaman keranjang belanja.



Gambar 4.21 Halaman Keranjang Belanja

4.5.5 Halaman isi Informasi, Alamat, Pengiriman dan Pembayaran

Halaman ini pelanggan dapat mengecek kembali orderannya sebelum pesanan di proses, mengisi alamat, pengiriman, pembayaran. Berikut adalah bentuk tampilan dari Halaman Isi Informasi, Alamat, Pengiriman dan Pembayaran.



Gambar 4.22 Halaman Informasi, Alamat, Pengiriman dan Pembayaran

4.5.6 Halaman Konfirmasi Pesanan

Halaman Konfirmasi Pesanan merupakan halaman yang menyatakan bahwa pembelian *user* telah disetujui dan divalidasi. Berikut adalah bentuk tampilan dari halaman konfirmasi pesanan.

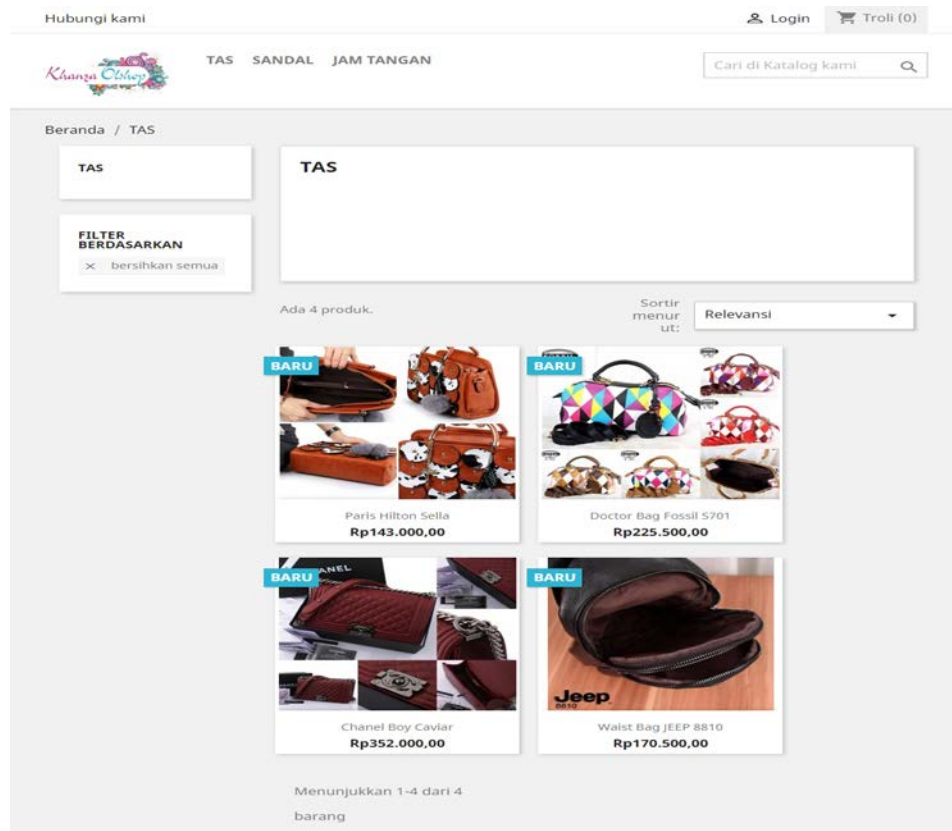


Gambar 4.23 Halaman Konfirmasi Pesanan

4.5.6.1 Cara Memesan Produk

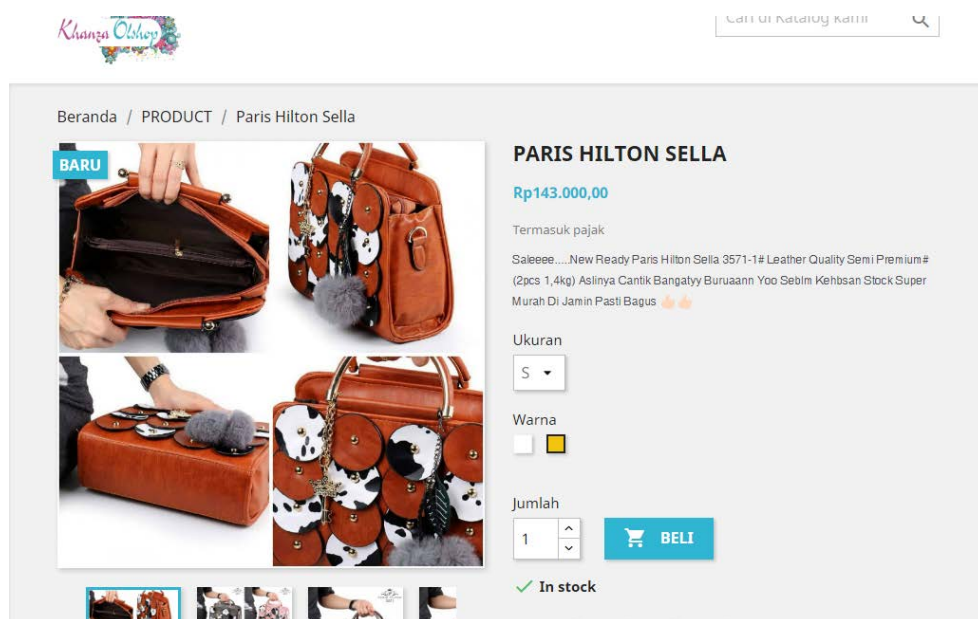
Langkah langkah dalam memesan produk di Toko Sweet adalah sebagai berikut :

1. Pilihlah Produk yang anda mau.



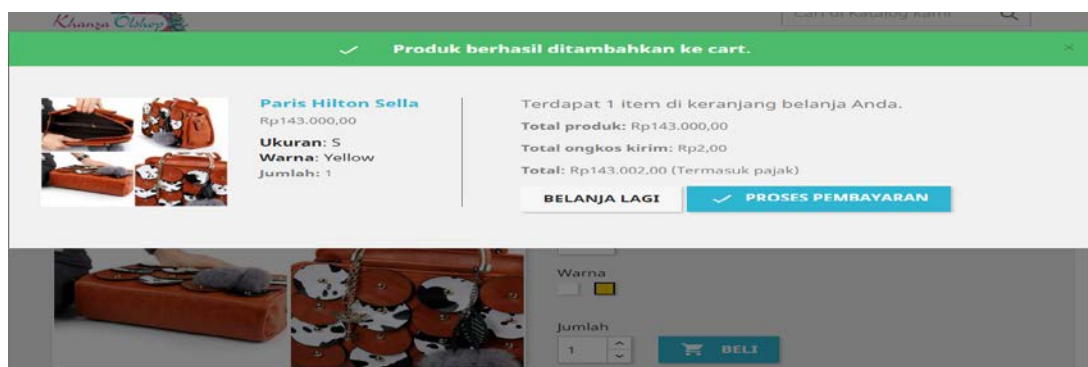
Gambar 4.24 Produk Khanza Olshop

2. Kemudian klik Beli.



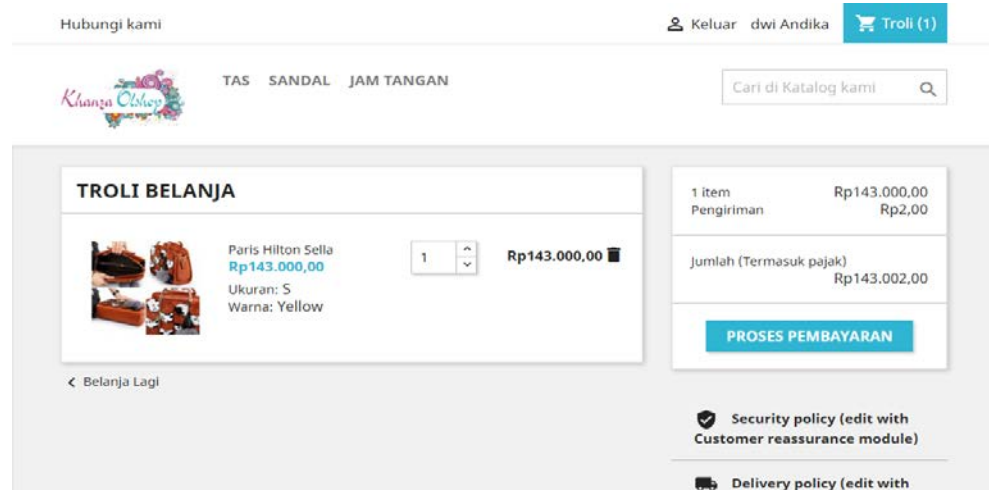
Gambar 4.25 Membeli Produk

3. Lalu produk tersebut otomatis akan masuk ke keranjang belanja, pilihlah Belanja Lagi apabila ingin berbelanja lagi atau pilih Proses Pembayaran jika anda ingin membayar.



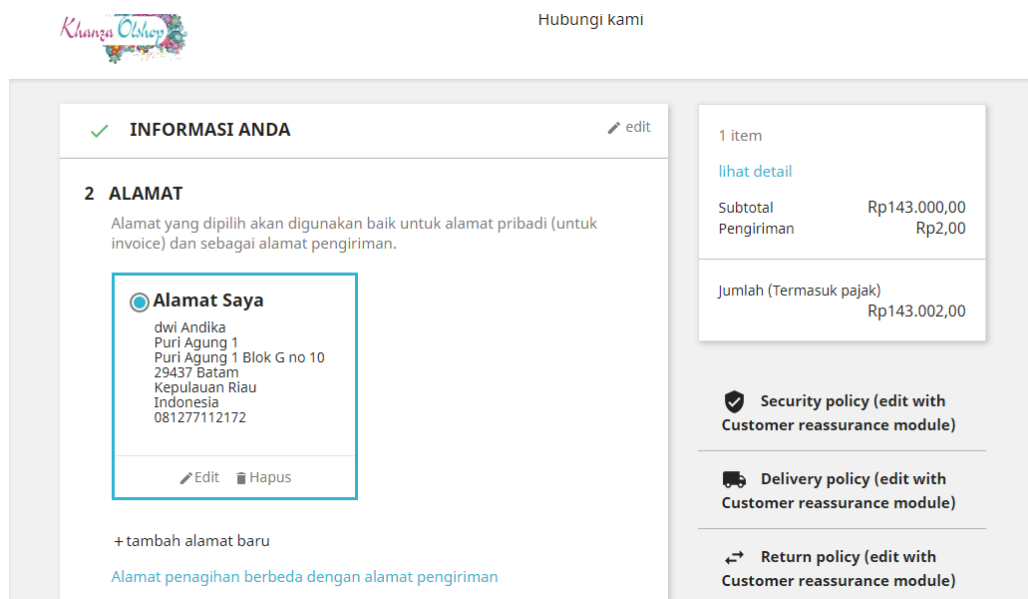
Gambar 4.26 Produk Berhasil ditambahkan ke Cart.

4. Kembali ke troli belanja, cek kembali produk yang telah anda pilih, kemudian klik proses pembayaran.



Gambar 4.27 Troli Belanja

5. Lalu isilah informasi Anda apabila Anda belum mempunyai akun, kemudian lanjutkan. Tetapi apabila Anda sudah mempunyai akun dalam *web* Khanza Olshop maka secara otomatis informasi Anda langsung ada.



Gambar 4.28 Informasi

6. Pilih ekspedisi apa yang Anda inginkan.

3 PENGIRIMAN

☐ Pos Indonesia 7 Rp2,00 termasuk pajak.

☒ JNE 3-4 hari Rp2,20 termasuk pajak.

POS INDONESIA

JNE EXPRESS ACROSS NATIONS
www.jne.co.id

Jika Anda ingin menambahkan komentar tentang pesanan Anda, silakan tulis di bawah ini.

Pengiriman Rp2,20

Jumlah (Termasuk pajak) Rp143.002,20

Security policy (edit with Customer reassurance module)

Delivery policy (edit with Customer reassurance module)

Return policy (edit with Customer reassurance module)

Gambar 4.29 Pengiriman

7. Kemudian pilih cara pembayaran anda dan klik saya setuju dengan syarat dan ketentuan yang berlaku lalu klik tagihan yang harus dibayar.

Hubungi kami

1 item

lihat detail

Subtotal Rp143.000,00

Pengiriman Rp2,20

Jumlah (Termasuk pajak) Rp143.002,20

Security policy (edit with Customer reassurance module)

Delivery policy (edit with Customer reassurance module)

Return policy (edit with Customer reassurance module)

✓ INFORMASI ANDA edit

✓ ALAMAT edit

✓ PENGIRIMAN edit

4 PEMBAYARAN

☒ Bayar via Transfer Bank

Please transfer the invoice amount to our bank account. You will receive our order confirmation by email containing bank details and order number. Barang akan disisihkan selama 1 hari untuk Anda dan kami akan memproses pesanan segera setelah pembayarannya kami terima. Informasi lebih lanjut

☒ Saya setuju dengan syarat dan ketentuan yang berlaku dan mematuhi tanpa syarat.

TAGIHAN YANG HARUS DIBAYAR

Gambar 4.30 Pembayaran

8. Selesai.

✓ **PESANAN ANDA SUDAH DITEGASKAN**
 Surel telah dikirim ke alamat surel Anda dwi.andika18@yahoo.com.

BUTIR PESANAN

	Paris Hilton Sella - Ukuran : S- Warna : Yellow	Rp130.000,00	1	Rp130.000,00
---	---	--------------	---	--------------

Subtotal	Rp143.000,00
Pengiriman & penanganan	Rp2,20
JUMLAH (Termasuk pajak)	Rp143.002,20

RINCIAN PEMBELIAN:

Referensi pembelian: XBBQCPXYS
 Pembayaran: Transfer
 Pengiriman: JNE
 3-4 hari

Gambar 4.43 Pesanan telah dikonfirmasi

BAB V PENUTUP

Berdasarkan hasil pengembangan sistem yang telah penulis lakukan, penulis mencoba membuat suatu kesimpulan dan mengajukan saran-saran yang berhubungan dengan pembahasan yang telah dikemukakan di bab-bab sebelumnya.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan bab-bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan terhadap penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

1. Khanza Olshop adalah sebuah aktifitas transaksi perdagangan, dengan memanfaatkan sarana internet melalui e-commerce. Dengan memanfaatkan e-commerce, penjual dapat menawarkan produknya secara on-line sehingga memberikan kemudahan bertransaksi secara efektif dan efisien.
2. Dengan perancangan media Online – Khanza Olshop melalui aplikasi Prestashop memberikan kemudahan bagi penjual untuk memasukan informasi secara lengkap tentang jenis produk yang dipasarkan, cara pemesanan, cara pembayaran dan cara penjualan.

5.2 Saran

Saran-saran yang penulis berikan adalah sebagai berikut.

1. Sistem baru Khanza Olshop hendaknya diterapkan secara parallel dengan sistem lama dalam masa penyesuaian sistem baru.

2. Admin yang mengelola situs *web* ini dilatih terlebih dahulu dan diberi pengetahuan tentang internet agar dapat menjalankan tugasnya dengan baik dan benar.
3. Dilakukan maintenance yang berkelanjutan terhadap sistem baru ini supaya mendapatkan hasil yang diharapkan.
4. Penerapan situs *web* Khanza Olshop ini sebaiknya dibarengi dengan sistem penjualan secara komputerisasi untuk mengelola penjualan yang terjadi di toko supaya lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir. 2014. Pengenalan Sistem Informasi Edisi Revisi. Andi.Yogyakarta
- Al-Bahra bin Ladjamudin. 2005. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Al Fatta, Hanif. 2007. Analisis dan Perancangan Sistem Informasi. Yogyakarta : ANDI.
- Andi. 2009. Adobe Dreamweaver CS4. Wahana Komputer. Semarang
- Apriyanto, N.Candra. 2011. Sistem Informasi Penjualan Arloji Berbasis Web Pada CV. Sinar Terang Semarang.Yogyakarta:Jurusan Teknik Informatika Fakultas Teknologi Industri Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta.
- Ardhana, YM Kusuma, (2012), *Menyelesaikan Website 30 Juta !*, Jasakom, Jakarta.
- Asropudin, Pipin. 2013. Kamus Teknologi Informasi. Bandung : CV Titian Ilmu.
- B.A. Nandari, Sukadi. Pembuatan Website
- Bentley dan Whitten dalam bukunya yang berjudul System Analysis and Design For The Global Enterprise,(2009). hal 160
- Gaol, L, Jimmy. 2008. Sistem Informasi Manajemen Pemahaman dan Aplikasi. Jakarta : Penerbit PT Grasindo.
- Harjono. 2009. *Mendayagunakan Internet*,
- Iswandi, Eka. 2015. Sistem Penunjang Keputusan Untuk Menentukan Penerimaan Dana Santunan Sosial Anak Nagari Dan Penyalurannya Bagi Mahasiswa Dan Pelajar Kurang Mampu Di Kenagarian Barung – Barung Balantai Timur. Jurnal tekno Vol 3, No 2. Hal 70-79. Oktober 2015.
- Kusrini dan Andri Koniyo. (2007). Tuntunan Praktis Membangun Sistem Informasi Akuntansi dengan Visual Basic & Microsoft SQL Server. Yogyakarta: Andi.
- Laudon, Kenneth C., dan Jane P. Laudon. (2005). *Sistem Informasi Manajemen*. Edisi Kedelapan. ANDI.
- McLeod, Raymond, & Schell, P. (2007). Management Information System. New Jersey: Pearson Education.

- Mulyadi. 2010. Sistem Akuntansi, Edisi ke-3, Cetakan ke-5. Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Munawar, Kholil. 2009. E-Commerce. <http://staff.uns.ac.id>.
- O'Brien, James A dan Marakas, George M. 2011. "Management Information Systems, 10th Edition". McGraw-Hill/ Irwin, New York
- Pressman, Roger. S. 2002. Rekayasa perangkat lunak pendekatan praktisi. Jilid 1. Yogyakarta: Andi.
- Pujianto. 2009. Pengertian Sistem Informasi
- Raghib Nurrudin. "Pengertian Web". 18 Januari 2013. <http://raghibnuruddin217.blogspot.co.id>
- Rudy Tantra. 2012. Manajemen Proyek Sistem Informasi, bagaimana mengolah proyek sistem informasi secara efektif & efisien: Andi Offset
- Satzinger, Jackson, Burd. 2010. "System Analisis and Design with the Unified Process". USA: Course Technology, Cengage Learning.
- Shelly Chasman Thomson. 2008. Discovering Computers. Salemba. Jakarta.
- Subhan, M, (2012), Analisa Perancangan Sistem. Jakarta : Lentera Ilmu Cendekia.
- Sukanto dan M. Shalahuddin. 2013. Rekayasa Perangkat Lunak. Bandung: Informatika
- Supriyanto, Wahyu; Ahmad Muhsin. 2008. Teknologi Informasi Perpustakaan. Jakarta: Kanisius
- Sutabri, Tata. 2005. Sistem Informasi Manajemen, Edisi I. Yogyakarta: ANDI
- Varmaat, Shelly Cashman, 2007, Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental Edisi 3, Salemba Infotek, Jakarta
- Wong, Jony, 2010, Internet Marketing for Beginners, Elex Media Komputindo, Jakarta
- Yakub. 2012. Pengantar Sistem Informasi. Yogyakarta: Graha Ilmu