

**PERANCANGAN *E-COMMERCE* PADA TOKO AQILA
KOSMETIK**

TUGAS AKHIR

*Diajukan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya
pada Jurusan Manajemen Informatika*



Oleh:

AISYAH FATURRAHMAN
NPM: 201000457401007

**FAKULTAS EKONOMI
MANAJEMEN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MAHAPUTRA MUHAMMAD YAMIN
SOLOK
2023**

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang pesat mendorong manusia untuk menciptakan inovasi yang lebih efisien dan efektif. Akses cepat terhadap informasi yang dulunya memakan waktu lama telah menjadi tanggung jawab perusahaan dalam era globalisasi yang terhubung secara *online* tanpa batasan waktu dan tempat. Dalam konteks ini, internet menjadi alat yang sangat penting, khususnya dalam sistem informasi perusahaan, terutama dalam aktivitas penjualan. Indonesia, sebagai negara berkembang, memiliki tingkat penerimaan teknologi yang tinggi, terutama dalam penggunaan internet. Jumlah pengguna internet yang terus meningkat menciptakan peluang besar bagi perusahaan *e-commerce* untuk tumbuh dan berkembang di Indonesia. *E-commerce*, yang merupakan proses pembelian dan penjualan barang dan layanan melalui internet, telah menjadi pilihan yang populer bagi masyarakat Indonesia dalam mencari produk dan layanan yang mereka butuhkan. Aqila Kosmetik, sebuah usaha yang berfokus pada penjualan produk kosmetik, menghadapi sejumlah tantangan dalam operasinya, termasuk keterbatasan dalam ruang lingkup penjualan dan pemasaran, serta proses pembukuan manual. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah sistem informasi penjualan berbasis *e-commerce* yang efisien untuk Aqila Kosmetik. Melalui sistem ini, diharapkan penjualan dapat meningkat, pelanggan dapat dengan mudah melihat dan membeli produk secara *online*, dan Aqila Kosmetik dapat memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Penelitian ini menggunakan berbagai metode, termasuk wawancara dengan pemilik Aqila Kosmetik, studi kepustakaan, analisis kebutuhan, perancangan sistem, uji coba, dan implementasi. Pengembangan sistem ini melibatkan penggunaan berbagai teknologi dan perangkat keras dan lunak, termasuk PHP, MySQL, JavaScript, CSS, HTML, JQuery, dan *framework* CodeIgniter. Hasil dari tugas akhir ini adalah perancangan dan implementasi sistem *e-commerce* yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi secara *online* dengan mudah dan efisien. Sistem ini dapat membantu Aqila Kosmetik untuk memperluas bisnis dan meningkatkan penjualan produk kosmetik.

Kata Kunci: Perkembangan Teknologi Informasi, E-commerce, Transaksi Online

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang pesat mendorong manusia untuk menciptakan inovasi yang lebih efisien dan efektif. Informasi yang dulunya memakan waktu lama untuk diakses, kini dapat diperoleh dalam hitungan detik. Hal ini menjadi tanggung jawab perusahaan untuk menyediakan informasi tersebut dengan cepat dan mudah bagi konsumen. Dalam era globalisasi yang meluas, internet memiliki jangkauan yang luas dan terhubung secara *online* tanpa batasan waktu dan tempat. Penggunaan internet dalam sistem informasi perusahaan memberikan keuntungan dan kemudahan, terutama bagi pelanggan yang lebih mudah dalam mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Aktivitas penjualan sangat penting bagi perusahaan, karena merupakan peran utama dalam keseluruhan operasional perusahaan. Tujuan utama dalam penjualan adalah mencapai kuantitas penjualan yang besar dan berkelanjutan untuk memastikan kelangsungan perusahaan serta memperoleh laba dan pengembalian investasi. Berdasarkan data riset dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada periode 10-27 Januari 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 215.626.156 jiwa, dengan 78,19 persen di antaranya merupakan pengguna internet harian. Sebagai negara berkembang, Indonesia memiliki masyarakat yang terbuka terhadap teknologi baru dan produk digital. Penggunaan internet di Indonesia terus meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun. Hal ini menciptakan peluang dan

tantangan bagi perusahaan *e-commerce* untuk berkembang pesat di Indonesia. *Electronic commerce* atau *e-commerce*, seperti yang didefinisikan oleh Fakhrozi (2013:2) mengutip pendapat Whitten, adalah proses pembelian dan penjualan barang dan layanan melalui internet. *E-commerce* saat ini menjadi wadah digital yang populer, terutama bagi mereka yang sudah nyaman menggunakan internet. Di Indonesia, penggunaan internet untuk berbelanja *online* semakin meningkat. *E-commerce* telah memberikan kemudahan dalam pemesanan dan transaksi pembelian barang. Melalui *e-commerce*, produsen dan konsumen sama-sama mendapatkan manfaat, di mana konsumen dapat dengan mudah memperoleh produk yang diinginkan dan produsen dapat memperluas pasar dan meningkatkan penjualan mereka.

Aqila Kosmetik adalah usaha yang fokus pada penjualan produk kosmetik. Saat ini, Aqila Kosmetik menghadapi beberapa permasalahan seperti ruang lingkup penjualan dan pemasaran yang masih terbatas, kuantitas penjualan yang masih rendah, kurangnya inovasi produk, kurangnya strategi pemasaran, serta kurangnya pemahaman masyarakat mengenai toko Aqila Kosmetik. Selain itu, proses pembukuan penjualan masih dilakukan secara manual dengan mencatat laporan dalam buku, dan belum memiliki platform penjualan dan pemesanan melalui web. Oleh karena itu, Aqila Kosmetik membutuhkan sebuah web yang dapat mengatasi permasalahan tersebut.

Penulis tertarik untuk merancang sistem informasi penjualan untuk Aqila Kosmetik, mengingat penjualan yang dilakukan saat ini masih menggunakan cara yang sederhana melalui beberapa media sosial dan informasi yang disebar melalui

komunitas Aqila Kosmetik dan teman-teman. Metode ini dianggap kurang efektif, sehingga penulis melihat potensi bisnis Aqila Kosmetik yang cukup baik di masa depan, dan juga memiliki minat dalam produk kosmetik. Oleh karena itu, penulis ingin merancang sistem informasi penjualan yang lebih efisien.

Melalui *e-commerce*, diharapkan penjualan di Aqila Kosmetik dapat meningkat. Pelanggan dapat melihat katalog produk kosmetik seperti *skincare*, bedak, *lotion*, dan lainnya secara *online*, dan melakukan pembelian tanpa harus datang langsung ke tempat usaha. Hal ini akan memberikan kemudahan dan efisiensi dalam proses pembelian.

E-commerce saat ini menjadi opsi yang populer bagi masyarakat dalam mencari informasi mengenai barang yang mereka inginkan, dan tidak mengherankan bahwa semakin banyak orang yang memulai program *e-commerce*. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis bertujuan untuk merancang sebuah sistem informasi penjualan yang memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi kapan pun dan di mana pun. Dalam penelitian ini, penulis memilih judul “Perancangan *E-commerce* pada Toko Aqila Kosmetik”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan penelitian yang dapat dirumuskan berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebagai berikut:

- a. Bagaimana merancang dan membangun sistem informasi yang akan digunakan dalam *website e-commerce* pada toko Aqila Kosmetik?
- b. Bagaimana merancang dan mendesain *website e-commerce* pada toko Aqila Kosmetik yang dapat digunakan sebagai media transaksi penjualan *online*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Menjadi langkah awal bagi penulis dalam memulai bisnis atau usaha dengan menggunakan *Website*.
- b. Merancang sistem informasi penjualan produk kecantikan berbasis *e-commerce* di Toko Aqila Kosmetik.
- c. Memberikan kemudahan kepada konsumen dalam mendapatkan informasi mengenai produk yang dijual di Toko Aqila Kosmetik.
- d. Meningkatkan penjualan dengan mempromosikan produk secara *online* kepada konsumen.
- e. Memperluas wilayah penjualan produk.
- f. Mengimplementasikan sistem informasi penjualan produk kecantikan berbasis *e-commerce* di Aqila Kosmetik untuk memudahkan konsumen dalam memesan produk, melakukan promosi, dan mengelola toko.

1.4 Batasan Masalah

Pada penulisan Tugas Akhir ini, penulis memberikan batasan masalah untuk memfokuskan pembahasan pada isu-isu yang relevan, dengan batasan masalah sebagai berikut:

- a. Proses yang akan dilakukan diantaranya proses pengolahan data produk dan kategori produk. Proses pengolahan laporan diantaranya laporan transaksi. Sedangkan proses pemesanan, proses verifikasi pembayaran.
- b. Penyajian sistem informasi meliputi informasi pencarian produk, informasi produk, informasi pemesanan, dan informasi pembayaran.

- c. Proses pemesanan barang yang ditampilkan pada *website* hanya mencakup langkah-langkah hingga tahap pembayaran.
- d. Sistem informasi penjualan yang dirancang akan berbasis *e-commerce*, menggunakan PHP MyAdmin dan database MYSQL yang dijalankan melalui aplikasi XAMPP.
- e. Sistem yang dibangun berbasis web menggunakan *framework* CodeIgniter.
- f. Sistem informasi penjualan menggunakan HTML, CSS, JQuery dan JavaScript untuk merancang dan mengimplementasikan tampilan antarmuka secara langsung.

1.5 Metodologi Penelitian

a. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan dengan narasumber untuk mendapatkan informasi mendalam tentang topik dan masalah tertentu. Adapun penyusunan wawancara adalah sebagai berikut:

Tema : Membangun Perancangan *E-commerce*

- Tujuan : 1) Mengetahui jumlah dan macam-macam barang yang terhadap Aqila Kosmetik
- 2) Mengetahui proses jual beli pada Toko Aqila Kosmetik
 - 3) Mengetahui Permasalahan yang terjadi pada Toko Aqila Kosmetik

Target Narasumber : Pemilik Toko Aqila Kosmetik, Dina Islami

Waktu : 20 Juni 2023

b. Studi Kepustakaan

Studi pustaka dilakukan melalui pencarian terhadap literatur yang terkait dengan riset ini, termasuk buku-buku, publikasi ilmiah, jurnal, artikel, baik yang dapat diakses melalui internet. Referensi-referensi yang diperoleh dari sumber-sumber ini, yang digunakan sebagai acuan dalam penyusunan penelitian ini, mencakup aspek-aspek seperti pemahaman tentang sistem informasi, berbagai aspek terkait *e-commerce*, konsep pemasaran dan penjualan daring. *Tools-tools* yang digunakan meliputi *Use Case Diagram*, *Activity Diagram*, dan *Class Diagram*, antarmuka sistem, bahasa pemrograman PHP, database MySQL, JavaScript, CSS, HTML, Jquery, *framework* CodeInigter, dan komponen lainnya.

c. Analisis

Analisis merupakan langkah kunci dalam perancangan *e-commerce* ini. Tujuan dari analisis adalah untuk mengidentifikasi kebutuhan fungsional dan non-fungsional sistem *e-commerce* pada toko Aqila Kosmetik serta merancang solusi yang sesuai dengan tujuan bisnis dan harapan pengguna.

d. Perancangan

Dalam tahap ini, peneliti akan menjelaskan rancangan sistem *e-commerce* yang akan dikembangkan. Rancangan ini akan mencakup langkah-langkah teknis yang diperlukan untuk menciptakan platform *e-commerce* yang fungsional dan efektif.

e. Uji Coba

Uji coba adalah tahap di mana sistem perancangan *e-commerce* yang telah dibangun diuji untuk memverifikasi kualitas, fungsionalitas, dan kinerja. Uji coba akan mengidentifikasi masalah yang perlu diperbaiki sebelum implementasi.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. *Website* ini meliputi pemikiran tentang bagaimana data akan dikelola, disimpan, dan diakses. Serta bagaimana berbagai komponen sistem akan berinteraksi satu sama lain.
- b. *Website* ini meliputi desain antarmuka pengguna, fitur-fitur *e-commerce* seperti keranjang belanja, proses *checkout*, pembayaran *online*, dan aspek-aspek desain lainnya.

5.2 Saran

Penelitian yang telah dilaksanakan tentu masih memiliki aspek-aspek yang perlu diperbaiki, sehingga perlu mempertimbangkan beberapa aspek untuk meningkatkan sistem yang sudah ada. Beberapa dari aspek-aspek tersebut mencakup:

- a. Untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan transaksi, disarankan untuk segera mengembangkan fitur laporan pembayaran yang terintegrasi dengan *website e-commerce*. Hal ini akan memudahkan pemantauan dan analisis data transaksi secara instan.
- b. Selain itu, untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan, disarankan untuk mempertimbangkan integrasi sistem pembayaran langsung ke dalam

website e-commerce. Mengurangi ketergantungan pada perangkat lunak tambahan akan memberikan pengalaman berbelanja *online* yang lebih lancar dan aman bagi pelanggan.

- c. Disarankan untuk mengembangkan bukti pembelian, seperti kwintasi dan faktur ke dalam website e-commerce.



DAFTAR PUSTAKA

- Adhi. 2016. *Contoh Macam-macam Jenis E-Commerce dan Klasifikasi*. [online]. <https://www.jogjawebseo.com/>. Diakses tanggal 20 Mei 2023.
- Alfiah, F., Tarmizi, R., & Junidar, A. A. (2020). Perancangan Sistem E-Commerce Untuk Penjualan Pakaian Pada Toko a&S. *Innovative Creative and Information Technology*, 6(1), 70-81.
- Fitriana, S., Handayani, V. R., & Dharmaniarti, P. Sistem Informasi Peminjaman Dana Bergulir Untuk UMKM Berbasis Web pada Dinnakerkop UKM Kabupaten Banyumas.
- Hasugian, P. S. (2018). Perancangan *Website* sebagai Media Promosi dan Informasi. *Journal of Informatic Pelita Nusantara*, 3(1).
- Himawan, H., Saefullah, A., & Santoso, S. (2014). Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan *online (e-commerce)* pada CV Selaras Batik Menggunakan Analisis Deskriptif. *Scientific Journal of Informatics*, 1(1), 53-63.
- Jayanti, D., & Iriani, S. (2014). Sistem Informasi Penggajian pada CV. Blumbang Sejati Pacitan. *Speed-Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, 6(3).
- Kotler, P. dan Amstrong, G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Quoliah.2020 Jenis-jenis Diagram UML dan Contohnya. [online] <https://www.quoliah.com/2020/03/pengertian-uml-jenis-jenis-diagram-uml.HTML>.diakses tanggal 20 Mei 2023.
- Rudianto, A. 2011. *Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP dan MySQL*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Saubani, A., Nainggolan, E. R., & Khasanah, S. N. (2019). Perancangan *E-commerce* Berbasis Web Pada PT. Touch Technology Indonesia. *J. Teknol. Sist. Inf. dan Apl*, 2(4), 141.
- Sunarti, M., Ari Abdilah, and M. Kom. “HyperText Markup Language (HTML), Cascading Style Sheets (CSS), Hypertext Preprocessor (PHP) dan JavaScript.”(2020)
- Susandi, D. dan Sukisno. 2017. *Sistem Penjualan Berbasis E-commerce Menggunakan Metode Objek Oriented pada Distro Dlapak Street Wear*. Jurnal Sistem Informasi. Vol 4. ISSN: 2406-7768.