

**ANALISIS DAN DESAIN WEBSITE E-COMMERCE SEBAGAI
MEDIA PENJUALAN ELEKTRONIK**

(Studi Pada CV. Adi Wahana Computer Kota Kediri)

SKRIPSI

**Diajukan untuk menempuh ujian sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

Rifqi Nur Fakhrurozi

NIM : 0910320128



UNIVERSITAS BRAWIJAYA

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS

KONSENTRASI SISTEM INFORMASI MANAJEMEN

MALANG

2013

Quotes :

❖ *Seeing oppai on youtube is ten times more rewarding than seeing oppai on blocked site.*

:ifyouknowwhatimean:

❖ *Gamer never die, we are just respawn.*

❖ *Thougest part of any MMO Game is*

Naming The Character.

❖ *Girls , If a guy pauses a video game to text you back....marry him*

❖ *Men are born between a woman's legs and spend the rest of their lives trying to get back in between them, because there's no place like home*

-Gamer Freak-

TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 15 Mei 2013
Jam : 09.00 – 10.00
Skripsi atas nama : Rifqi Nur Fakhrurozi
Judul : Analisis dan Desain Website E-Commerce sebagai Media Penjualan Elektronik (Studi pada CV Adiwahana Computer Kediri)

Dan dinyatakan LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua

Dr. Kertahadi, M.Com
NIP. 19540917 198202 1 001

Anggota

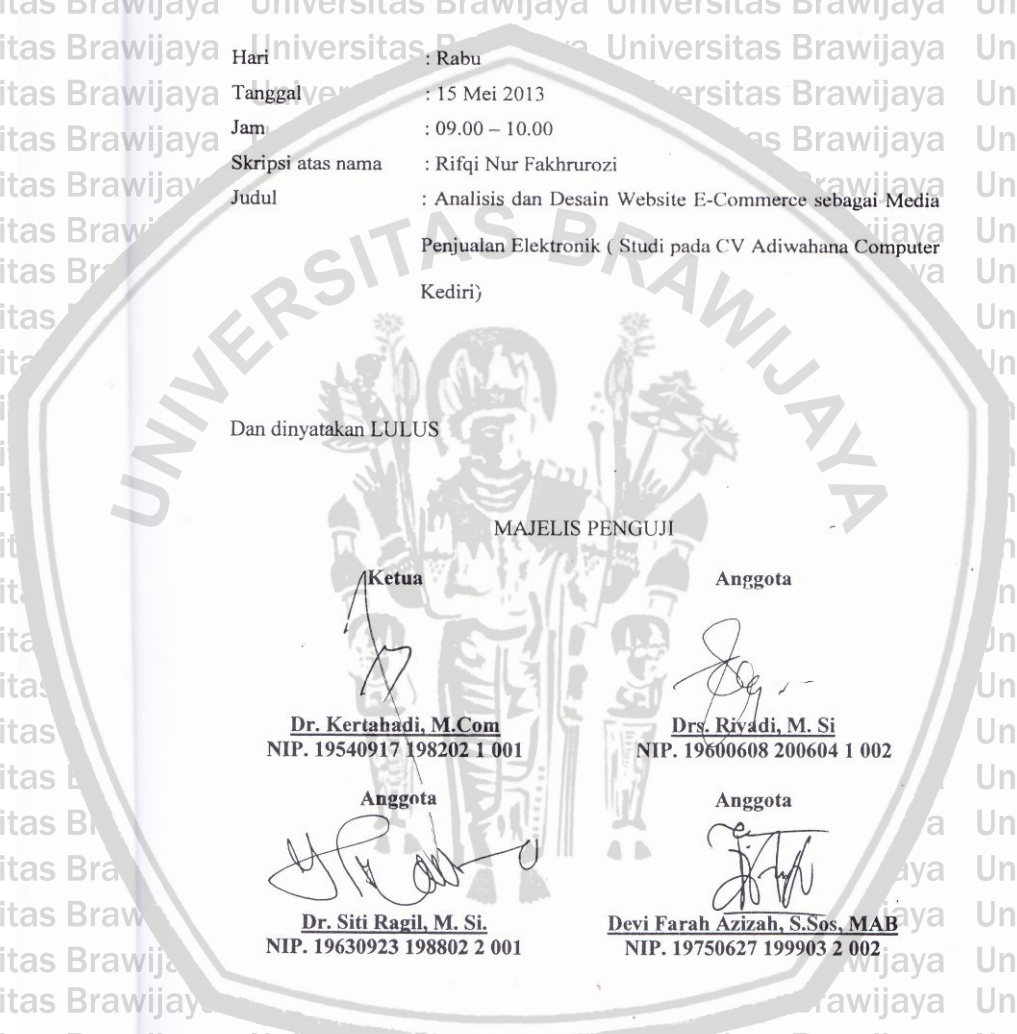
Dr. Siti Ragil, M. Si.
NIP. 19630923 198802 2 001

Anggota

Drs. Rivadi, M. Si
NIP. 19600608 200604 1 002

Anggota

Devi Farah Azizah, S.Sos, MAB
NIP. 19750627 199903 2 002



PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 24 April 2013

Mahasiswa



Nama : Rifqi Nur fakhrurozi

NIM : 0910320128

RINGKASAN

Rifqi Nur Fakhrurozi, 2013. **Analisis dan Desain Website E-Commerce sebagai Media Penjualan Elektronik (Studi pada CV Adiwahana Computer Kediri)**
Drs. Kertahadi, M.Com, Drs. Riyadi, M.Si. 114Hal

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya perusahaan dagang dan jasa yang mulai memasuki penjualan secara online atau biasa disebut e-commerce. Dengan e-commerce, informasi yang dimuat perusahaan bisa lebih cepat tersampaikan ke pelanggan dan jangkauan pemasaran bisa sampai ke seluruh Indonesia bahkan dunia. Sehingga diharapkan perusahaan yang menggunakan sistem e-commerce bisa meningkatkan penjualan.

Penelitian ini mengadopsi aplikasi open source prestashop. Penulis menggunakan prestashop karena selain memiliki fitur lengkap dan banyak modul – modul gratis sebagai *adds on* untuk website e-commerce yang akan dibangun, juga sudah ada developer dari Indonesia dan sub forum berbahasa Indonesia yang memudahkan pengguna untuk belajar tentang prestashop

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif dimana penelitian dilakukan tanpa uji hipotesis karena dalam penelitian ini yang dilakukan adalah mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan keadaan kondisi kerja saat ini. Sumber data dalam penelitian ini adalah sekunder dan primer dengan teknik pengambilan data menggunakan metode dokumentasi, wawancara, dan observasi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis data spiral yang dikemukakan oleh Cresswell.

Disebut data analisis spiral karena proses pengumpulan data, menganalisis data dan melaporkan hasil penulisan tidak dilakukan secara terpisah, mereka saling berhubungan dan berjalan secara bersamaan dalam proses penelitian. Langkah – langkah dalam proses data analisis spiral adalah *data managing, reading and memoing, describing classifying and interpreting, representing and visualizing*.

Hasil dari data analisis spiral adalah sistem baru yang kemudian dilanjutkan proses membangun website e-commerce, mendesain website e-commerce, input data website e-commerce dan terakhir menampilkan hasil dari proses yang tadi dilakukan.

SUMMARY

Rifqi Nur Fakhrurozi, 2013. **Analysis and Design E-Commerce Website as Electronic Media Sales (Studies at the CV Adiwahana Computer Kediri)** Drs. Kertahadi, M.Com, Drs. Riyadi, M.Si. 114Hal

The research was motivated by increased number of businesses and services that entering online sales or so called e-commerce. With e-commerce, company information that can be quickly loaded and delivered to the consumer, and get marketing reach throughout indonesia and even the world. So expect companies using e-commerce system can increase sales

This study was adopted open source applications prestashop. The author uses prestashop because in addition to having a full-featured and many modules adds on for free as an e-commerce website to be built, there is also the developer of the Indonesian and Indonesian-language sub-forum that allows users to learn about prestashop

Type of research is descriptive qualitative research method where the study was conducted without hypothesis test as in this study is to describe, record, analyze, and interpret current state of working conditions. Sources of data in this study is a secondary and primary with data collection technique using documentation method, interview, and observation. The analytical method used is the data analysis spiral who proposed by cresswell

Called spiral data analysis because the processes of data collection, data analysis, and report writing are not distinct steps in the process, they are interrelated and often go on simultaneously in a reasearch project. Step in the process of data analysis sprial is data managing, reading and memoing, describing classifying and interpreting, represnting and visualizing

The results of the data analysis spiral is a new system and then continued the process of bulding an e-commerce website, e-commerce website design, input data to e-commerce website and the last show was the result of the process is done

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat lindungan dan bimbingan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul ” Analisis dan Desain Website E-Commerce sebagai Media Penjualan Elektronik (Studi Pada CV Adiwahana Computer Kediri)”

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Di samping itu, juga sebagai upaya mengembangkan keilmuan dalam bidang Ilmu Administrasi Bisnis, khususnya di bidang ilmu sumber daya manusia.

Penulis menyadari bahwa selama melakukan penelitian dan dalam menyusun skripsi ini, penulis telah sangat banyak menerima bimbingan, pengarahan, petunjuk, nasehat dan serta fasilitas yang membantu dari berbagai pihak hingga akhir penulisan skripsi ini. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bpk. Prof. Dr. Sumartono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
2. Ibu Dr. Srikandi Kumadji, MS selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang
3. Ibu Devi Farah Azizah, S.Sos, MAB selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
4. Bpk. Drs. Kertahadi, M.Com, selaku Dosen Pembimbing I, terima kasih atas segala waktu, pikiran, tenaga, dan kesabarannya dalam membimbing dan memberikan nasehat kepada Penulis.
5. Bpk. Drs Riyadi, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih atas segala waktu, pikiran, tenaga, dan kesabarannya dalam membimbing dan memberikan nasehat kepada Penulis.
6. Para Dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama proses perkuliahan.

7. Mbak Esti, Selaku teman selama pelaksanaan penelitian pada CV Adiwahana Computer Kediri yang telah memberikan kesempatan kepada penulis, sehingga penulis dapat melakukan penelitian hingga selesai.
8. Kedua orang tuaku tercinta yang telah membimbing, menuntun dan menyayangi serta selalu memberikan dorongan dan doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. I Love You Bapak, Ibuk.
9. Kakaku yang sampai saat saya menyelesaikan skripsi ini dia baru mengajukan judul skripsinya. Terimakasih karena tidak mengganguku dalam mengerjakan skripsi ini.
10. "My Beloved" asus rog g73jh dan motorola droid x2 yang sudah menemani selama mengerjakan skripsi ini.
11. Semua game onlineku yang tidak dapat penulis sebut satu persatu. Terimakasih sudah memberikan *refreshing* ketika penulis jenuh mengerjakan skripsi.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini baik dalam teknik penyajian materi maupun pembahasan. Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 15 Mei 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
MOTTO	ii
TANDA PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
RINGKASAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Kontribusi Penelitian	3
E. Sistematika Pembahasan	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu	7
B. Sistem Informasi Manajemen	
1. Definisi Sistem Informasi Manajemen	10
2. Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer	11
3. Tujuan Sistem Informasi Manajemen	12
C. Pemasaran	13
D. Sistem Informasi Pemasaran	
1. Definisi Sistem Informasi Pemasaran	16
2. Model Sistem Informasi Pemasaran	17
E. E-Marketing	
1. Definisi E-Marketing	18
2. Online Promtion	18
3. Content Management	19
F. E-Commerce	
1. Definisi E-Commerce	21
2. Wilayah E-Commerce	22
3. Mekanisme E-Commerce	23
4. Gambaran Module E-Commerce	24
G. Desain dan Pengembangan Sistem	
1. Definisi Desain Sistem	27
2. Prinsip Desain Sistem Yang Baik	27
H. Pengembangan Sistem	
1. Perlunya Pengembangan Sistem	29
2. Metode Pengembangan Sistem Informasi Berbasis Web ..	29
3. Tahapan Pengembangan dan Desain Sistem	31

I. Alat Permodelan Sistem (DFD)	38
J. Prestashop	39

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	41
B. Fokus Penelitian	42
C. Lokasi Dan Situs Penelitian	42
D. Sumber Data	43
E. Teknik Pengumpulan Data	43
F. Instrumen Penelitian	44
G. Metode Analisis Data	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian data	
1. Gambaran Umum dan Sejarah Organisasi	48
2. Moto Perusahaan	48
3. Strukturu Organisasi Perusahaan	49
4. Tugas dan Fungsi	50
B. <i>The Data Analysis Spiral</i>	
1. <i>Data Managing</i>	51
2. <i>Reading and Memoing</i>	54
3. <i>Describing, Classifying, Interpreting</i>	56
4. <i>Represnting, Visualizing</i>	59
C. Desain model sistem	
1. Desain Logik	62
2. Desain Fisik	72
3. Desain Teknologi	92
D. Transformasi dari manual ke sistem berbasis web	
1. Manfaat bagi organisasi	94
2. Manfaat bagi pihak luar	96
3. Perbedaan sistem lama dengan sistem baru	98
E. Proposisi	99
F. Keterbatasan penelitian	99

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

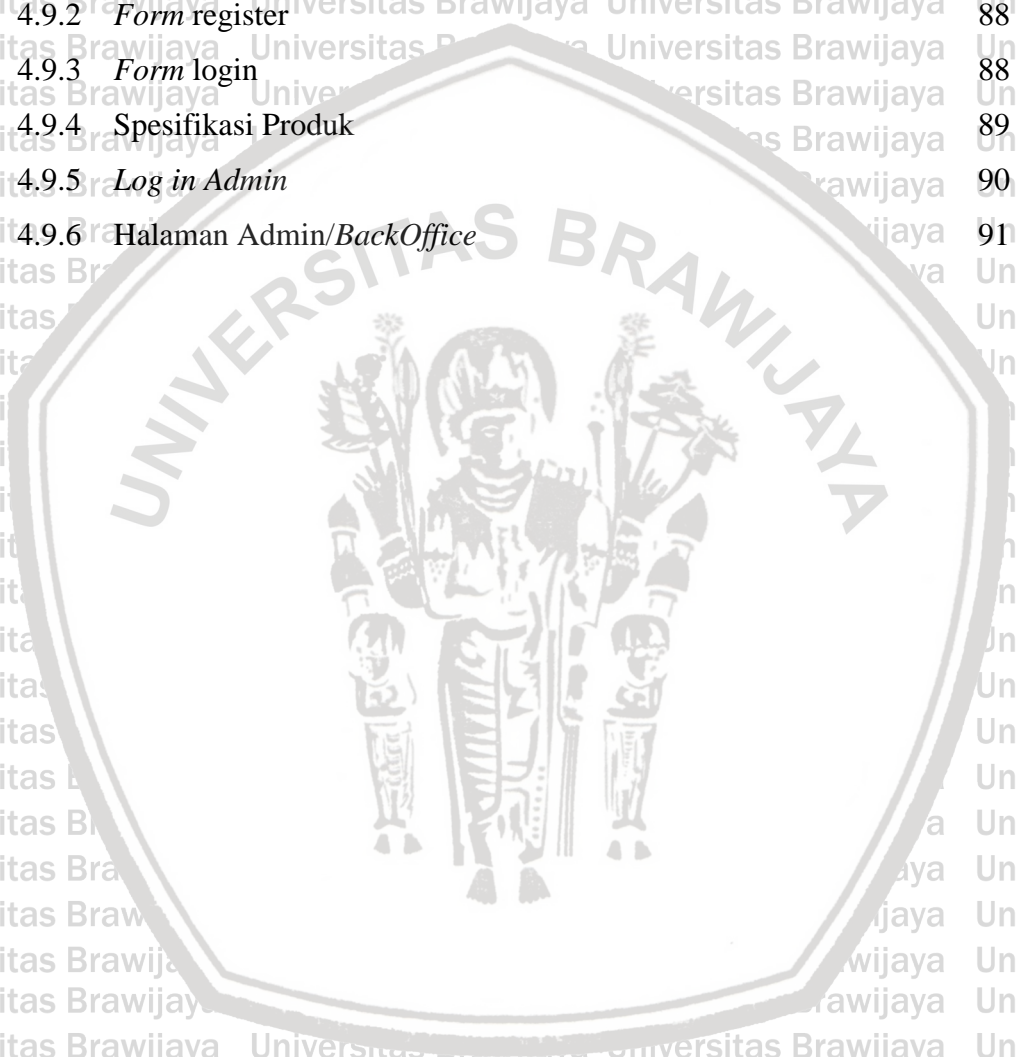
A. Kesimpulan	101
B. Saran	102

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
2.1 Konsep – konsep Pemasaran inti	14
2.2 Model Sistem Informasi Pemasaran	17
2.3 Perbedaan antara <i>Push Principle</i> dan <i>Pull principle</i>	19
2.4 <i>Architecture of a content management system</i>	20
2.5 Modul kinerja <i>E-commerce</i>	25
2.6 Modul Konsep <i>E-Commerce</i>	26
2.7 7 Tahapan Desain Sistem	31
3.1 <i>The Data Analysis Spiral</i>	46
4.1 Struktur Organisasi	49
4.2 Sistem Informasi Penjualan Saat ini	55
4.3 Diagram Sistem Informasi Penjualan Baru	59
4.4 Desain tampilan <i>website ecommerce</i>	60
4.5 Sitemap <i>website ecommerce</i>	61
4.6 Diagram Kontek	63
4.6.1 DFD Level 0	65
4.6.2 DFD Level 1 Proses <i>Log in</i> Pelanggan	67
4.6.3 DFD Level 1 Proses Pemesanan Pelanggan	68
4.6.4 DFD Level 1 Proses Proses <i>log in admin</i>	69
4.6.5 DFD Level 1 Proses Manipulasi data pelanggan	70
4.6.6 DFD Level 1 Proses Manipulasi data produk	71
4.6.7 DFD Level 1 Proses laporan transaksi	71
4.6.8 DFD Level 1 Proses manipulasi data info perusahaan	72
4.7.1 Instal xampp server	74
4.7.2 Hasil pembuatan database	75
4.7.3 Skema Database	76
4.7.4 Instalasi Prestashop	77
4.7.5 Instalasi Prestashop	78
4.7.6 Instalasi Prestashop	79
4.7.7 Instalasi Prestashop	79

4.8.1	Instal Template	81
4.8.2	Logo Header	81
4.8.3	Animasi Slide	82
4.8.4	Input Data produk	84
4.9.1	Halaman index/Halaman muka	87
4.9.2	Form register	88
4.9.3	Form login	88
4.9.4	Spesifikasi Produk	89
4.9.5	Log in Admin	90
4.9.6	Halaman Admin/BackOffice	91



DAFTAR TABEL

2.1
4.1

Komparasi Penelitian
Perbandingan Sistem Lama dan Sistem Baru

Hal.
8
16



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, sebuah perusahaan dituntut harus dapat mengikuti kemajuan teknologi, khususnya pada bidang teknologi informasi. Teknologi informasi yang baik akan memudahkan sebuah perusahaan untuk dapat memenangkan persaingan yang semakin ketat seperti sekarang ini.

Kemajuan teknologi informasi, mendorong banyak manusia untuk menciptakan inovasi - inovasi baru untuk membantu manusia dalam mendapatkan informasi. Kecepatan dan keakuratan informasi yang dulu memerlukan waktu yang lama kini dalam hitungan detik informasi tersebut sudah dapat diterima dan sudah kewajiban perusahaan untuk menyediakan informasi tersebut agar cepat dan mudah diterima konsumen. Banyak cara sebuah perusahaan untuk melakukan promosi, antara lain dengan memasang iklan melalui media cetak ataupun media elektronik, menyebarkan brosur, memasang spanduk, dan lain sebagainya. Strategi pemasaran seperti itu membutuhkan biaya yang sangat besar dan terlihat monoton serta kurang menarik. Kesulitan lain juga terjadi dimana perusahaan kesulitan dalam menemukan pembeli yang tepat. Begitu juga dengan pihak konsumen kesulitan dalam mencari produk-produk yang dibutuhkan. Hal ini yang menyebabkan tuntutan pelayanan internet agar bisa melebihi promosi dari apa yang bisa diperoleh di dunia nyata untuk menjual barang-barang komoditi secara online.

Penjualan barang secara online atau bisa disebut *e-marketing* menurut (Kotler 2004:74) adalah *E-Marketing is the marketing side of E-Commerce, it consists of company efforts to communicate about, promote and sell products and services over the internet*. *E-Commerce* itu sendiri adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya (wikipedia).

Penggunaan sistem *E-Commerce* menguntungkan banyak pihak, baik pihak konsumen, maupun pihak produsen dan penjual. Bagi pihak konsumen, menggunakan *E-Commerce* dapat membuat waktu berbelanja menjadi lebih singkat. Selain itu, harga barang-barang yang dijual melalui *E-Commerce* biasanya lebih murah dibandingkan dengan harga di toko, karena jalur distribusi dari produsen barang ke pihak konsumen lebih singkat dibandingkan dengan cara belanja yang konvensional. Selain bisa menjadi lebih cepat, di internet telah tersedia hampir semua macam barang yang biasanya dijual secara lengkap, sehingga walaupun proses pembelian dilakukan secara on-line, akan tetap banyak informasi penting didapatkan untuk produk yang akan dibeli.

Prestashop adalah salah satu aplikasi gratis *open source* yang menjadi media membuat website e-commerce, dan masih ada aplikasi lain yang bisa digunakan untuk membuat website e-commerce seperti osCommerce, OpenCart, dan lain lain. Penulis menggunakan prestashop karena selain memiliki fitur lengkap dan banyak modul – modul gratis sebagai *adds on* untuk website e-commerce yang akan dibangun, juga sudah ada developer dari indonesia dan sub forum berbahasa indonesia yang memudahkan pengguna untuk belajar tentang

prestashop. Berdasarkan beberapa hal tersebut maka diadopsi oleh perusahaan “CV. Adi Wahana Computera” untuk merancang dan membuat *website*.

Perusahaan “CV Adi Wahana Computer” merupakan perusahaan dagang yang menyediakan macam-macam perlengkapan *hardware* dan *software* yang telah memiliki banyak pelanggan baik didalam kota Kediri maupun diluar kota Kediri.

Oleh karena itu, diperlukan dalam pembangunan suatu teknologi informasi dan komunikasi yang berupa website e-commerce, dan mengangkatnya sebagai tugas

akhir dengan judul “ANALISIS DAN DESAIN WEBSITE E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PENJUALAN ELEKTRONIK”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana sistem informasi penjualan pada CV. Adi Wahana Computer Kediri?
2. Bagaimana merencanakan dan membuat *website e-commerce* sebagai media penjualan elektronik pada CV. Adi Wahana Computer Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Setiap usaha atau tindakan yang dilakukan hendaknya mempunyai suatu tujuan. Tujuan penelitian pada umumnya mengungkapkan tentang sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian yang mengacu pada isi dari rumusan masalah.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Mengetahui gambaran sistem informasi penjualan pada CV. Adi Wahana Computer
2. Menerapkan website ecommerce ke dalam sistem penjualan

D. Kontribusi Penelitian

Dengan tersusunnya skripsi ini, maka diharapkan dapat berguna bagi berbagai aspek:

1. Aspek Akademis
 - a. Memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan dan pengembangan sistem informasi manajemen khususnya yang terkait dengan ecommerce dan pemasaran
 - b. Hasil tugas akhir ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk mengerjakan tugas akhir selanjutnya serta diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan serta memperkaya referensi bagi pembaca.
2. Aspek Praktis
 - a. Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan memperluas daerah pemasaran kerja dengan pengembangan dalam beberapa hal yang diperlukan

E. Sistematika Pembahasan

Untuk menyusun secara lebih rinci keseluruhan dari suatu karya ilmiah dengan tujuan untuk dapat lebih mudah mengerti isi dari suatu karya ilmiah itu

sendiri, maka penulis memberikan gambaran secara singkat mengenai sistematika pembahasan yang dibagi dalam 5 bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini dijelaskan mengenai latar belakang yang berupa alasan peneliti dalam memilih judul, rumusan masalah yang akan dikaji agar penelitian lebih terfokus pada masalah yang dibuat dan tidak melebar pada permasalahan yang lainnya, tujuan dari penelitian yang dilakukan, kontribusi penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diulas tentang berbagai dasar teori yang melandasi pemikiran dalam pembahasan masalah atau hasil penelitian yang dilakukan. Teori yang dibahas diantaranya ialah motivasi, teori motivasi, kemampuan kerja, macam-macam kemampuan kerja, penilaian kemampuan kerja, kinerja, faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja dan penilaian kinerja.

BAB III : PERANCANGAN

Menjelaskan metode penelitian penjelasan (*explanatory*) dengan pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian yang meliputi: jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini menguraikan secara garis besar mengenai gambaran umum dari perusahaan, penyajian data yang diperoleh dari pihak perusahaan, analisis dan interpretasi dari hasil penelitian dan pembahasan terhadap masalah yang dihadapi.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang merupakan hasil pembahasan pada bab-bab sebelumnya dan dari kesimpulan tersebut diberikan saran yang dapat memberikan kontribusi bagi pihak organisasi sebagai alternatif pemecahan masalah maupun perbaikan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian terdahulu

1. Luciana Spica Almilia & Lidia Robahi (2005) dalam penelitiannya yang berjudul Penerapan *E-Commerce* sebagai Upaya Meningkatkan Persaingan Bisnis Perusahaan.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penggunaan *e-commerce* di Indonesia yang masih sangat terbatas. Padahal di dunia bisnis seperti sekarang ini. Setiap perusahaan dituntu untuk meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan dan meningkatkan daya saing perusahaan. Motif serta manfaat *e-commerce* dalam meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan dan meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan serta meningkatkan daya saing perusahaan dalam hal ini menjadi sudut pandang dai penulis yang dijadikan sebagai obyek dalam penelitian ini.

Penelitian ini merupakan penelitian diskriptif analisis dengna teknik analaisis data menggunakan statistik deskriptif. Penelitian ini, menggunakan beberapa perusahaan sebagai obyek penelitian. Adapun sampel dari penelitian ini adalah sebanyak 27 perusahaan yaitu perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan 8 perusahaan perdagangan yang tersebar dikota – kota besar di indonesia dan memiliki tingkat omset 10 juta sampai dengna 100 juta.

Kesimpulan pertama berdasarkan analisis deskriptif faktor motif dari penelitian ini yaitu bahwa faktor yang melandasi perusahaan terdorongn menggunakan *e-commerce* terdiri dari enam faktor: mengakses pasar global sebanyak 56%, mempromosikan produk 63%, membangun merk 56%, pendekatan pelanggan 74%, membantu komunikasi lebih cepat dengan pelanggan 63%, memuaskan pelanggan 56%. Berdasarkan analisis kedua yaiutu analisis deskriptif faktor mafaat yang diperoleh perusahaan dengan adanya penerapan *e-commerce* yang menjadi manffat terbesar perusahaan setelah menerapkan *e-*

commerce yaitu kepuasan konsumen sebesar 74% dan keunggulan bersaing sebesar 81%.

2. Vidi Arini Yulimar (2006) dalam penelitiannya Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengadopsian *Electronic Commerce* dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Persahaan (Studi pada Perusahaan Kecil dan Menengah di Indonesia)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pengadopsian *e-commerce* di perusahaan kecil dan menengah di Indonesia. Penelitian ini mencakup tentang faktor – faktor yang mendorong pengadopsian *e-commerce* dan peningkatan kinerja yang merupakan dampak dari pengadopsian *e-commerce*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor – faktor yang mendorong UKM untuk mengadopsi *e-commerce* dan apakah pengadopsian *e-commerce* tersebut meningkatkan kinerja perusahaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-kuantitatif. Variabel yang diteliti antara lain kompatibilitas, dukungan manajemen puncak, kesiapan organisasional, dorongan eksternal, manfaat yang dirasakan, pengadopsian *e-commerce*, dan kinerja perusahaan. Penelitian ini dilakukan di sembilan pusat perusahaan kecil dan menengah di sembilan daerah di Indonesia: Padang, Jakarta, Cirebon, Jepara, Sidoarjo, Denpasar, Makasar< dan Balikpapan merupakan proyek percontohan dari pelaksanaan pemberdayaan dan pengembangan UKM di Indonesia yang merupakan hasil dari KTT G 15.

Dari penelitian ini, diperoleh hasil bahwa kompatibilitas, dukungan manajemen puncak, kesiapan organisasioinal, dorongan eksternal, dan manfaat yang dirasakan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap pengadopsian *e-commerce* tersebut mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Tabel 2.1

Komparasi Penelitian

NO	Tahun penelitian	Penliti	Judul Penelitian	Hasil/Temuan
1	2005	Luciana Spica	Penerapan <i>E-commerce</i>	1. Berdasarkan analisis deskriptif faktor motif dari

		Almilia & Lidia Robahi	sebagai Upaya Meningkatkan Persaingan Bisnis Perusahaan	<p>penelitian ini, bahwa faktor yang melandasi perusahaan terdorong menggunakan <i>e-commerce</i> terdiri dari enam faktor: mengakses pasar global sebanyak 56%, mempromosikan produk 63%, membangun merk 56%, pendekatan pelanggan 74%, membantu komunikasi lebih cepat dengan pelanggan 63%, memuaskan pelanggan 56%.</p> <p>2. Analisis kedua yaitu analisis deskriptif faktor manfaat yang diperoleh perusahaan dengan adanya penerapan <i>e-commerce</i> yang menjadi manfaat terbesar perusahaan setelah menerapkan <i>e-commerce</i> yaitu kepuasan konsumen sebesar 74% dan keunggulan bersaing sebesar 81%.</p>
2	2006	Vidi Arini Yulimar	Analisis faktor yang Mempengaruhi Pengadopsian <i>Electronic Commerce</i> dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada Perusahaan Kecil dan Menengah di Indonesia)	<p>1. Dari penelitian ini, diperoleh hasil bahwa kompatibilitas, dukungan manajemen puncak, kesiapan organisasional, dorongan eksternal, dan manfaat yang dirasakan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap pengadopsian <i>e-commerce</i>, dan pengadopsian <i>e-commerce</i> tersebut mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan</p>

Sumber : Data Diolah

Dari tabel komparasi di atas, maka dapat digambarkan beberapa persamaan dan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan dua penelitian terdahulu. Persamaan penelitian ini dengan hasil – hasil penelitian

sebelumnya adalah pada variabel yang digunakan peneliti pertama pada analisis kedua yaitu manfaat yang diperoleh perusahaan dengan adanya penerapan *e-commerce*. Kemudian pada penelitian kedua, berkaitan dengan pengaruh *e-commerce* terhadap keunggulan kompetitif.

Sedangkan perbedaan penelitian yang penulis lakukan penelitian sebelumnya adalah pada elemen – elemen *e-commerce* yang diteliti oleh penulis. Penulis membahas implementasi yang dilakukan pada perusahaan, yaitu komponen – komponen yang mendukung implementasi *e-commerce*, serta proses pelaksanaan *e-commerce* dengan dengan cara menjelaskan kondisi implementasi *e-commerce* pada suatu perusahaan . Sedangkan pada hasil penelitian – penelitian sebelumnya variabel *e-commerce* digunakan bersama – sama dengan variabel lain untuk mengungkapkan hubungan antara variabel *e-commerce* dengan variabel – variabel lainnya.

B. Sistem Informasi Manajemen

1. Definisi Sistem Informasi Manajemen

Menurut Scott (2004:100) “serangkaian sub-sistem informasi yang menyeluruh dan terkoordinasi dan secara rasional terpadu yang mampu mentransformasi data sehingga menjadi informasi lewat serangkaian cara guna meningkatkan produktivitas yang sesuai dengan gaya dan sifat manajer atau dasar kriteria mutu yang telah ditetapkan”. Inti dari pengertian sistem informasi manajemen tentu saja terkandung dalam pekerjaan-pekerjaan sistematis seperti pencatatan agenda, kearsipan, komunikasi, diantara manajer-manajer organisasi, penyajian informasi untuk pengambilan keputusan dan sebagainya.

Sehubungan dengan uraian diatas, Jogiyanto (2005:14) mendefinisikan sistem informasi manajemen merupakan penerapan sistem informasi dalam organisasi untuk mendukung informasi-informasi yang dibutuhkan oleh semua

tingkatan manajemen. McLeod (2004:342) berpendapat bahwa sistem informasi manajemen adalah suatu sistem berbasis komputer yang menyediakan informasi bagi beberapa pemakai dengan kebutuhan yang serupa.

Dari beberapa definisi diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa sistem informasi manajemen adalah suatu sistem yang terintegrasi dalam pengolahan, penyimpanan dan pemanfaatan data melalui keputusan, mendukung kegiatan manajemen dan operasional dalam sebuah organisasi.

2. Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer

Secara umum dapat diketahui bahwa Sistem Informasi Manajemen (SIM) secara teori bisa berjalan tanpa menggunakan komputer, namun dalam kenyataannya bahwa SIM sangat sulit berjalan tanpa bantuan komputer. Ada beberapa definisi tentang Sistem Informasi Manajemen (SIM) yang melibatkan komputer didalamnya antara lain:

Sistem informasi berbasis komputer akan dapat memiliki sejumlah kemampuan jauh di atas sistem non-komputer. Dan kemampuan ini telah merevolusikan proses manajemen yang menggunakan informasi yang dihasilkan sistem tersebut Scott (2004:108-112)), komputer sangat dibutuhkan untuk memperlancar pelaksanaan proses kerja suatu sistem informasi karena memiliki kemampuan sebagai berikut :

- a. Pemrosesan transaksi secara batch
- b. Pemrosesan transaksi tunggal
- c. Pemrosesan transaksi *online*, *realtime*
- d. Komunikasi data dan *switching* pesan

- e. Memasukkan data jarak jauh dan pemutakhiran data
- f. Pencarian data dan analisis
- g. Pencarian file
- h. Model dan algoritma keputusan
- i. Otomatisasi kantor

Definisi lain menyatakan bahwa SIM adalah sebuah kelengkapan pengelolaan dari proses-proses yang menyediakan informasi untuk manajer guna mendukung operasi-operasi dan pembuatan keputusan dalam sebuah organisasi (Oetomo, 2002:18)

Sementara sistem informasi berbasis komputer (*Computer Based Information System/CBIS*) adalah sistem yang berbasis teknologi hardware dan *software* untuk mengolah dan menyebabkan informasi yang menggunakan *hardware* dan *software* untuk melakukan aktifitas pemrosesan informasi.

3. Tujuan Sistem Informasi Manajemen

Tujuan dikembangkannya sebuah sistem informasi manajemen tentu akan disesuaikan dengan kebutuhan penggunaannya, karena setiap pengguna tentu memiliki perbedaan masalah, dengan begitu tentu masing-masing sistem informasi manajemen fungsi dan tujuan yang berbeda. Secara umum, tujuan sistem informasi manajemen dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. Agar organisasi dapat beroperasi secara efisien
2. Agar organisasi dapat beroperasi secara efektif
3. Agar organisasi dapat memberikan pelayanan yang lebih baik

4. Agar organisasi dapat meningkatkan kreasi terhadap produk yang dihasilkan

5. Agar organisasi dapat meningkatkan usahanya (Sutanta, 2003:80-81)

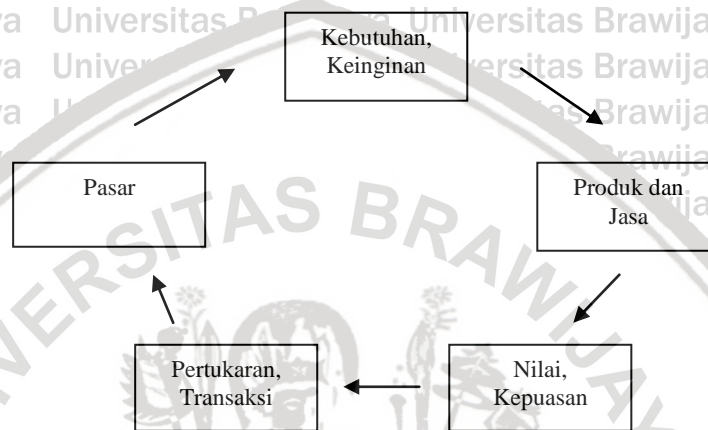
Beberapa tujuan yang disebutkan diatas seklaigus merupakang keuntungan yang dapat diperoleh oleh organisasi. Dukungan yang besar terhadap penglolaan informasi oleh organisasi merupakan hal yang bagus dalam penyajiand dan pengembangan sebuah sistem informasi.

C. Pemasaran

Banyak orang berpikir mengenai pemasaran dalam arti sempit, seperti hanya mencakup penjualan dan periklanan, namun sebenarnya pemasaran memiliki definisi yang sangat luas. Satu definisi menyatakan bahwa pemasran terdiri dari kegiatan perorangan dan organisasi yang memudahkan dan memepercepat hubungan pertukaran yang memuaskan dalam lingkungan yang dinamis melalu penciptaan, pendistribusian, promosi dan penentuan harga barang, jasa, dan gagasan (Mcleod, 2004:185)

Sedangkan menurut (Kotler dan Armstrong, 2003:7), pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain. Pandangan ini menunjukkan luasnya permasalahan yang harus dipecahkan oleh manajer pemasran demikian pula luasnya informasi yang diperlukan untuk memecahkan masalah-masalah itu.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pemasaran merupakan kegiatan pertukaran yang bisa dilakukan perorangan atau organisasi untuk dapat memperoleh apa yang mereka butuhkan melalui penciptaan produk, pendistribusian, promosi dan penentuan harga barang, jasa dan gagasan.



Gambar 2.1 Konsep-konsep pemasaran inti

(Sumber : Kotler dan Armstrong, 2003:7)

Konsep-konsep pemasaran inti yang meliputi hal-hal di atas diterangkan lebih lanjut sebagai berikut:

- a) Konsep paling mendasar yang mendasari pemasaran adalah kebutuhan manusia yang didefinisikan sebagai keadaan merasa kekurangan, seperti makan minum yang merupakan sifat kodrat manusia
- b) Keinginan adalah bentuk kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian individu. Contohnya orang Amerika butuh makan tetapi ingin hamburger, sedangkan seseorang di Mauritius juga butuh makanan tetapi menginginkan nasi

c) Ketika keinginan tersebut didukung oleh daya beli, keinginan berubah menjadi permintaan sehingga perminttan adalah keinginan yang didukung oleh daya beli.

d) Orang memuaskan kebutuhan dan keinginannya dengan produk dan jasa. Produk adalah segala yang bisa ditawarkan ke pasar untuk diperhatika, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi yang bisa memuaskan kebutuhan atau keinginan. Hal-hal yang termasuk produk meliputi pengalaman, orang, tempat, organisasi, informasi, dan ide. Keigatain kunjungan ke *Disneyland* merupakan pengalaman. Jadi. Istilah produk jauh lebih luas dari sekedar barang berwujud dan jasa. Kejadian apa yang ingin dialami konsumen, penghibur mana yang ingin ditonton di TV, tempat mana yang ingin di kunjungi saat liburan, organisasi mana yang akan disumbang, ide mana yang akan diikutinya, semua itu merupakan produk bagi konsumen.

e) Konsumen biasanya menghadapi berbagai produk dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan tertentu, sehingga konsumen menentukan pilihan pembelian berdasarakan pada presepsi mereka mengenai nilai yang ada pada berbagai produk dan jasa tersebut. Nilai bagi pelanggan merupakan selisih antara nilai yang dinikmati karena memiliki dan menggunakan suatu produk dengan besarnya biaya untuk memiliki produk tersebut. Contohnya dengan menggunakan jasa pengiriman *federal express*, biasanya pengirim dan penerima paket akan menikmati nilai yang berupa status dan citra

f) Kenyataanya dalam menentukan pilihan, pelanggan sering kali menentukan nilai produk dan biaya secara obyektif. Merekan seringkali

bertindak berdasarkan nilai anggapan (*perceived value*), sehingga kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dapat diartikan sebagai tingkat dimana anggapan kinerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pembeli. Bila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan, maka pembeli merasa puas atau gembira.

g) Kepuasan pelanggan erat dengan kualitas, sehingga banyak perusahaan yang mengadopsi program *Total Quality Management (TQM)*, yaitu program-program yang di rancang untuk melakukan perbaikan kualitas produk, jasa, dan proses pemasaran secara terus-menerus.

Pemasaran berarti menata (*managing*) pasar untuk menghasilkan pertukaran dengan tujuan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Kegiatan-kegiatan seperti mencari pembeli, mengenali kebutuhan mereka, merancang produk dan jasa dengan baik, menetapkan harga mempromosikannya, dan menyimpan, mengirimkan, melayani konsumen dan melakukan riset pasar merupakan aktivitas inti pemasaran.

D. Sistem Informasi Pemasaran

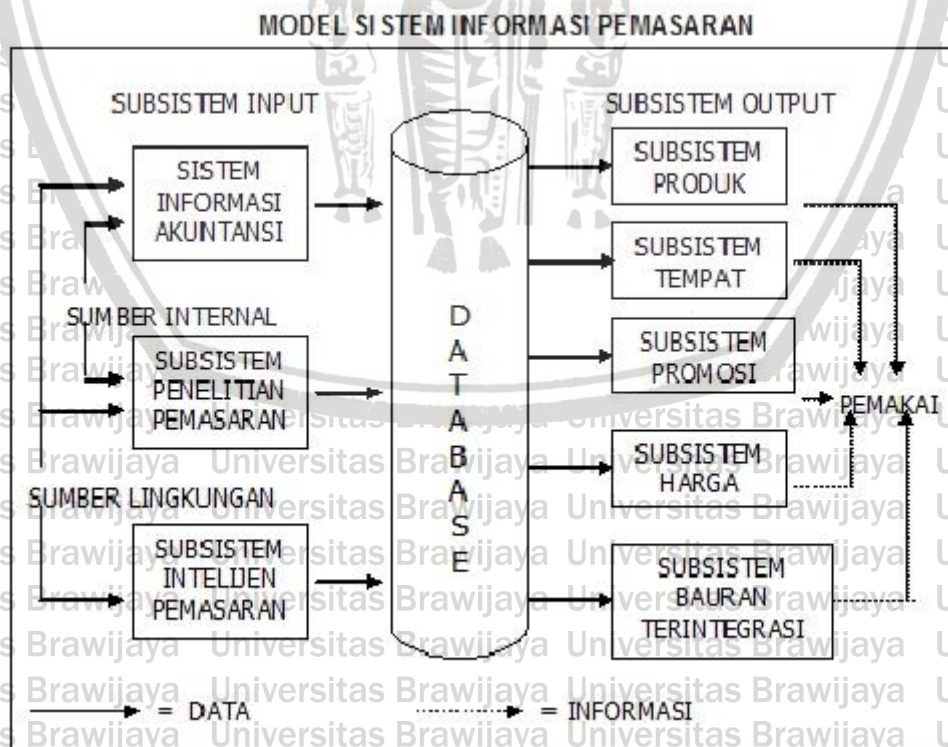
1. Definisi Sistem Informasi Pemasaran

Pembangunan Sistem Informasi Manajemen (SIM) pada masing-masing departemen perusahaan telah menghasilkan berbagai macam jenis SIM yang berkembang saat ini (Oetomo, 2002:169). SIM merupakan kumpulan dari sistem-sistem informasi (Jogiyanto, 2003:15), dimana Sistem Informasi Pemasaran

merupakan salah satu subsistemnya. Beberapa macam definisi mengenai Sistem Informasi Pemasaran antara lain : Suatu sistem berbasis komputer yang bekerjasama dengan sistem informasi fungsional lain untuk mendukung manajemen perusahaan dalam menyelesaikan masalah yang berhubungan dengan pemasaran produk perusahaan (McLeod, 2003:344). Sistem yang menyediakan informasi untuk penjualan, promosi penjualan, kegiatan-kegiatan pemasaran, kegiatan-kegiatan penelitian pasar dan lain sebagainya yang berhubungan dengan pemasaran (jogyanto, 2003:15).

2. Model Sistem Informasi Pemasaran

Model untuk sistem informasi pemasaran seperti itu di perlihatkan dalam Gambar 3. Model ini terdiri dari kombinasi subsistem-subsistem *input* dan *output* yang dihubungkan dengan database.



Gambar 2.2 Model Sistem Informasi Pemasaran

(Sumber : McLeod, 2003:187)

E. E-Marketing

1. Definisi E-Marketing

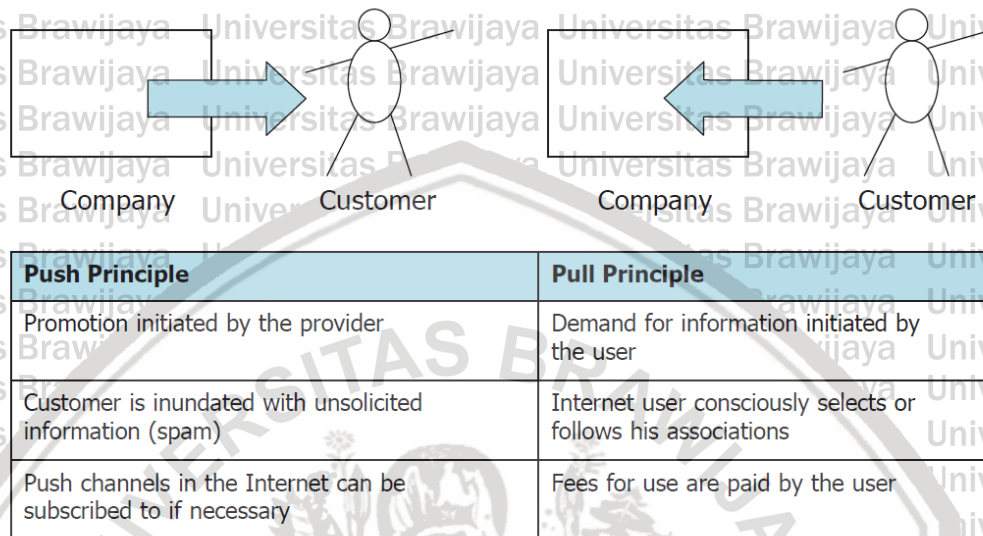
eMarketing, also often referred to as online marketing, assumes that the classical rules of marketing hold. In addition, market potentials are developed and existing business relations are strengthened with eMarketing by using the Internet as a communication channel. The well-known AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) formula or modified forms of it are still valid: attention must be attracted to a web site, interest aroused, desire created, and sales actions triggered. The goals of marketing are not new, but the ways and means of achieving them are (Meier dan Stormer 2009:70)

E-marketing bisa juga disebut sebagai sisi pemasaran dari *e-commerce* yang terdiri dari kerja perusahaan untuk mengkomunikasikan, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet

2. Online Promotion

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya melalui media internet. Menurut (Meier dan Stormer 2009:80).

Ada dua metode promosi online yaitu *push principle* dan *pull principle* yang bisa dilihat perbandingannya di gambar .



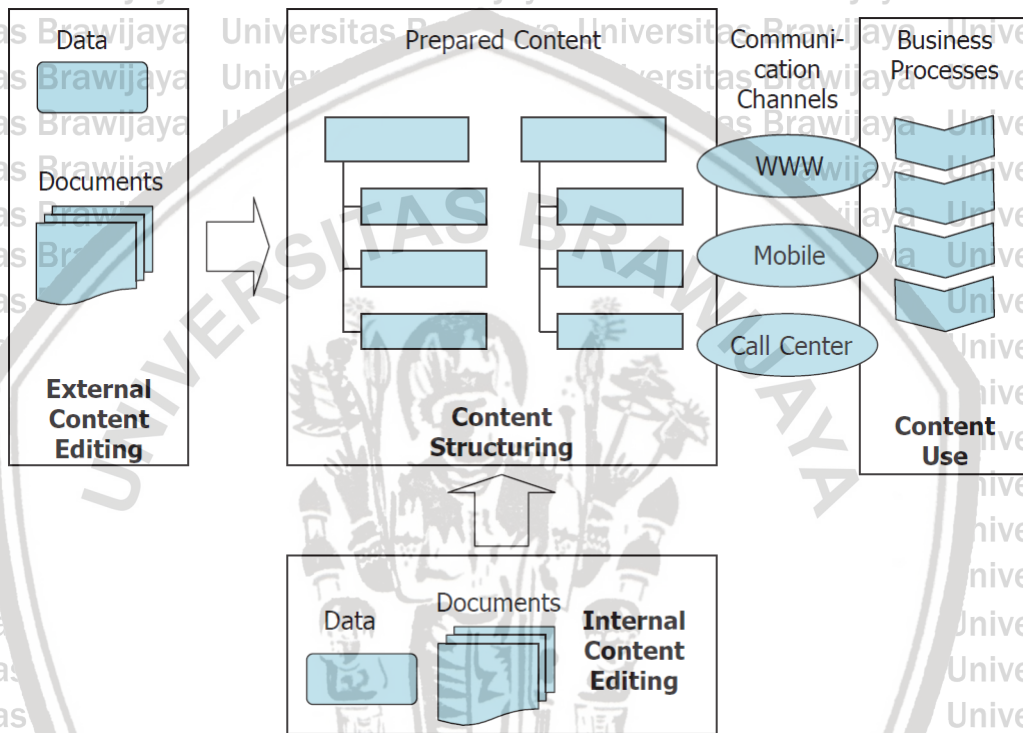
Gambar 2.3 Perbedaan antara *Push Principle* dan *Pull Principle*

(Sumber: Meier dan Stormer 2009:80)

3. *Content Management*

Istilah “konten” yang biasa digunakan dalam konteks buku ini, merujuk pada informasi digital yang telah dipersiapkan (teks, grafis, gambar, audio, video dsb) yang ditawarkan di internet serta ditampilkan dalam cara-cara yang berbeda.

Tujuan dari manajemen konten adalah untuk merencanakan dan mengkoordinasikan semua aktivitas-aktivitas yang akan di gabungkan antara konten yang akan dimuat dengan penggunaan konten.



Gambar 2.4 Architecture of a content management system

(Sumber: Meier dan Stormer 2009:91)

Menurut (Meier dan Stormer 2009:91) *Content is procured externally by information brokers in digital form; this may be news, stock market prices, product information, etc. Specialized providers like Reuters or Bloomberg offer additional content and services. More often than not, the structured content is recorded and exchanged using the ICE protocol (Information and Content Exchange); this protocol is based on XML, and includes subscription services as well as exchange formats.*

Aside from the external procurement of structured content, internal content editing is also performed in order to prepare data and documents. At the same time, information objects are created that show different attributes. Further details are required to describe the information objects via descriptors so that they can be efficiently sought and used.

Pusat dari manajemen konten terletak pada alat yang digunakan yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menstrukturisasi konten. Alat-alat ini terutama untuk mengakses database, yang mengandung data terstruktur dan juga dokumen arbitrary dan obyek-obyek multimedia.

F. E-Commerce

1. Definisi E-commerce

Whitten (2004:21), mendefinisikan *e-commerce* sebagai pembelian dan penjualan barang dan layanan dengan menggunakan internet

Perdagangan elektronik atau e-dagang : *Electronic commerce*, adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, *world wide web* (www), atau jaringan komputer lainnya. E-dagang dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, sistem pengumpulan data otomatis

Sedangkan menurut Purbo dan Wahyudi (2000:2) yang mengutip pendapat David Baum menyebutkan, "*e-commerce* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

2. Wilayah E-commerce

Menurut whitten (2004:21) aplikasi dasar online (*E-commerce*) dibagi menjadi 4, yaitu:

a. *Bussines to Consumer* (B2C)

1. Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarikan secara umum pula.
 2. *Service* dilakukan juga bersifat umum, sehingga mekanismenya dapat digunakan oleh orang banyak. Sebagai contoh karena sistem *web* sudah umum dikalangan masyarakat maka sistem yang digunakan adalah sistem *web* pula.
 3. *Service* yang diberikan adalah berdasarkan permintaan. Konsumen berinisiatif sedangkan produsen harus siap memberikan respon terhadap inisiatif konsumen tersebut.
- b. *Bussines to Bussines* (B2B)
1. *Trading partners* yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Pertukaran informasi hanya berlangsung diantara mereka dan karena sudah sangat mengenal, maka pertukaran informasi tersebut dilakukan atas dasar kebutuhan dan kepercayaan
 2. Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati. Jadi *service* yang digunakan antara kedua sistem tersebut dan menggunakan standar yang sama pula.
 3. Salah satu pelaku tidak harus menunggu partner merka lainnya untuk mengirimkan data.
 4. Model uang umum digunakan adalah *peer-to-peer*, dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis (Onno W, 2000:5)

c. *Consumer to Consumer* (C2C)

Sebagai besar pemasaran *online* ke konsumen ke konsumen dan komunikasi terjadi di *web* antara pihak yang berminat atas kisaran luas produk dan subjek. Dalam beberapa kasus, internet menyediakan alat yang sangat baik di mana konsumen dapat membeli atau menukarkan barang atau informasi secara satu sama lain. Misal Tokobagus.com, FJB kaskus.co.id, FJB Indomwebster.web.id dan situ/forum penjualan lainnya. Menawarkan ruang pasar yang populer untuk memajang dan menjual hampir segala hal barang elektronik, barang antik, sampai kendaraan bisa diperdagangkan.

d. *Consumer to Bussines* (C2B)

Tempat pemasarn online yang terakhir adalah pemasarn online konsumen ke bisnis. Berkat internet, konsumen masa kini menukan bahwa mereka lebih mudah berkomunikasi dengan perusahaan. Sekarang sebagian besar perusahaan mengundang prospek dan pelanggan untuk megnirimkan saran dan pertanyaan melalui web perusahaan (Kotler, 2008 : 238-241)

Sering dilakukan ssitem pendekatan *client-server*, dimana konsumen dipihak *client* menggunakan sistem minimal (berbasis web) dan penyediaan barang/jasa (*bussines procedure*) berbeda pada pihak server.

3. Mekanisme E-commerce

Transaksi elektronik antara *merchant* (pihak yang menawarkan barang atau jasa melalui internet dengan *e-costumer* (pihak yang membeli barang atau jasa melalui internet) yang terjadi di dunia maya atau di internet pada umumnya berlangsung secara *paperless transaction*, sedangkan dokumen yang digunakan dalam transaksi tersebut menggunakan dokumen elektronik (*digital document*).

Kontrak *online* dalam *e-commerce* menurut Santiago Cavanillas dan A. Martines

Nadal, seperti yang dikutip oleh Arsyad Sanusi (2001, 64) memiliki banyak tipe

dan variasi yaitu :

a. *Chatting* dan *Video Conference*

Alat komunikasi yang disediakan oleh yang biasa digunakan oleh dialog interaktif secara langsung

b. *E-mail*

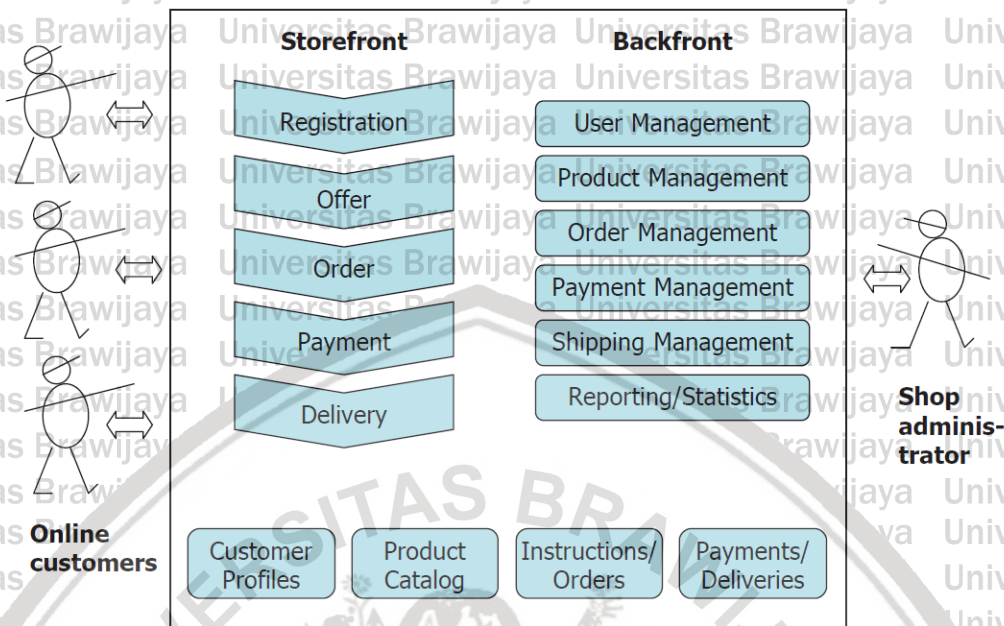
Pesan elektronik menggunakan internet, saat ini sangat populer karena dengan biaya yang murah dan bisa dikirim ke seluruh dunia dan bisa menyertakan foto, file, document.

c. *Web* dan *site*

sejumlah halaman yang memiliki topik saling terkait, terkadang disertai pula dengan berkas-berkas gambar, video, atau jenis-jenis berkas lainnya

4. Gambaran Modul *E-Commerce*

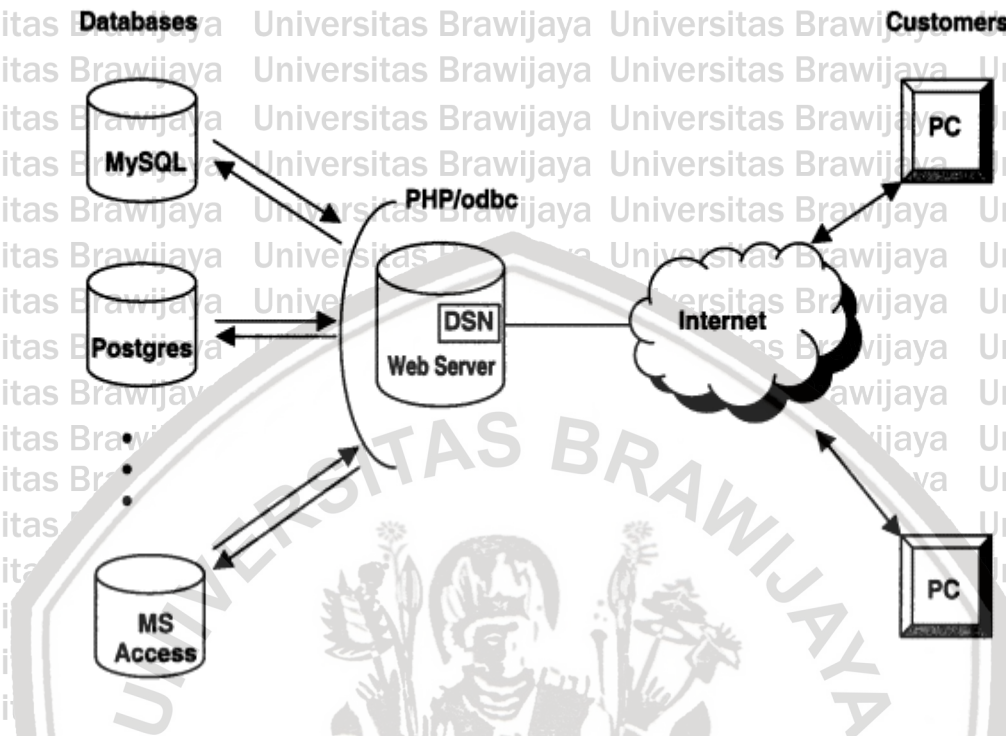
Toko Elektronik/*e-commerce* (atau biasa di sebut *webshop* atau *online shop*) adalah sistem yang berbasis web yang dapat menawarkan barang dan jasa, memproses, menerima pesanan, dan mengatur pengiriman dan model pembayaran. Gambar berikut akan menjelaskan beberapa garis besar bagaimana *e-commerce* bekerja



Gambar 2.5 Modul Kinerja *E-commerce*

(Sumber: Meier dan Stormer 2009:4)

- *Registration of online customers.* Pengunjung bisa melakukan pembelian dan menikmati jasa yang ditawarkan setelah melakukan *registrasi*, sehingga akan terbuat *profil account*.
- *Customer profiles and customer administration.* Data pelanggan akan disimpan di database yang sebelumnya sudah diisi oleh pelanggan ketika melakukan pendaftaran.
- *Product catalog with catalog listing.* Semua layanan produk disimpan katalog, semua yang berhubungan dengan harga termasuk diskon dan penjualan khusus ke pelanggan khusus bisa di atur.
- *Offering and ordering.* Penawaran dan pembelian bisa dilakukan melalui *website* yang nantinya akan diproses.
- *Modes of payment.* Jika pelanggan puas dengan harga dan syarat ketentuan pengiriman bisa dilakukan pembayaran dengan berbagai macam metode



Gambar 2.6 Model Konsep E-Commerce

(Sumber : <http://www.cs.ubc.ca/wccce/program02/waqar/waqar.htm>)

Model konsep *e-commerce* memberikan gambaran bagaimana pembeli, web server (toko online), dan database saling berhubungan. Pengunjung akan berhubungan dengan web server melalui internet, kemudian webserver akan mengkomunikasikan ke database. Di database semua yang dilakukan oleh pelanggan akan tersimpan seperti pendaftaran, pemesanan, pembayaran, dan proses pengiriman.

G. Desain dan Pengembangan sistem

1. Definisi Desain Sistem

Tujuan dari desain sistem secara umum adalah untuk memberikan gambaran secara umum kepada *user* tentang sistem yang baru. Desain sistem secara umum merupakan persiapan dari desain terinci. Desain secara umum mengidentifikasi komponen – komponen sistem informasi yang akan didesain secara terinci (Jogiyanto,1989:209)

Sedangkan menurut George M. Scott desain sistem menentukan bagaimana suatu sistem akan menyelesaikan apa yang mesti diselesaikan, tahap ini menyangkut mengkonfigursi dari komponen – komponen perangkat lunak dan perangkat keras suatu sistem sehingga setelah instalasi dari sistem akan benar-benar memuaskan rancang bangun yang telah ditetapkan pada akhir analisis sistem (Scott, 1996:518)

2. Prinsip desain sistem yang baik

Beberapa prinsip penting untuk mendesain sistem secara umum dan sistem informasi bisnis khususnya :

1. Dekomposisi

Untuk lebih menganalisa dan memahami secara menyeluruh sebuah sistem yang besar, biasanya dibutuhkan waktu yang cukup lama. Untuk mempermudah pekerjaan ini digunakan konsep dekomposisi. Dekomposisi adalah pembagian sistem ke dalam komponen-komponen yang lebih kecil (subsistem). Dekomposisi memiliki beberapa keuntungan, di antaranya :

- Analisis menjadi lebih mudah mengatur dan menganalisa setiap subsistem secara lebih detail.
- Pada pengembangan sistem, sistem bisa didekomposisi menjadi beberapa modul. Pengembangan beberapa modul bisa dilakukan secara paralel dengan syarat tidak ada ketergantungan antar modul yang dibangun.

2.3. Modularitas

Konsep modularitas berhubungan dengan dekomposisi. Pada saat melakukan dekomposisi, diharapkan sistem yang besar terbagi menjadi subsistem-subsistem yang relatif sama ukurannya. Modul-modul ini maka beban kerja mengembangkan sistem bisa didistribusikan secara merata pada sumber daya yang ada. Pengembangan sistem jadi lebih sederhana karena hanya terfokus pada satu modul terlebih dahulu, baru dilakukan integrasi antar modul

3. Coupling

Dari modul-modul yang kita peroleh, kadang-kadang ditemukan beberapa modul yang memiliki ketergantungan dengan modul yang lain. Pada kasus seperti ini, modul-modul yang saling bergantung harus dipasangkan (*di-couple*). Dengan cara ini bisa diketahui modul yang bisa bekerja secara independen dan modul-modul yang harus diselesaikan terlebih dahulu sebelum modul yang lain bisa bekerja.

4. Kohesi

Dari proses *coupling* antar modul, kita bisa dapatkan kelompok-kelompok modul dengan karakteristik yang hampir sama. Di sini muncul konsep kohesi di mana kelompok modul itu harus dianalisis bersama-sama dengan kelompok modul yang saling berkohesi.

H. Pengembangan Sistem

1. Perlunya Pengembangan sistem

- Adanya permasalahan yang timbul di sistem yang lama Permasalahan yang timbul dapat berupa : Masalah (*Problem*), Pretumbuhan organisasi
- Untuk meraih kesempatan-kesempatan (*opportunities*) teknologi informasi yang berkembang dengan sangat cepatnya

2. Metode Pengembangan Sistem Informasi Berbasis Web

Kesulitan yang sering dihadapi oleh pengembangan sistem dalam membangun sistem informasi berbasis *web* adalah kompleksitas teknologi yang digunakan. Sebuah sistem informasi berbasis web akan menggunakan berbagai teknologi secara bebarengan untuk menghasilkan aplikasi yang berkualitas.

Sebagai contoh biasanya orang akan menggunakan HTML, CSS, dan JavaScript untuk tampilan halaman, Java, PHP atau .NET sebagai *application logic* dan MySQL, Microsoft SQL Server, Oracle sebagai databasenya. Dengan menggunakan banyak teknologi seperti ini, kemungkinan kesalahan terutama pada pengkodean relatif cukup besar.

Metodologi pengembangan sistem informasi berbasis web secara umum tidak jauh berbeda dengan metodologi lain. Tahapan – tahapan klasik seperti

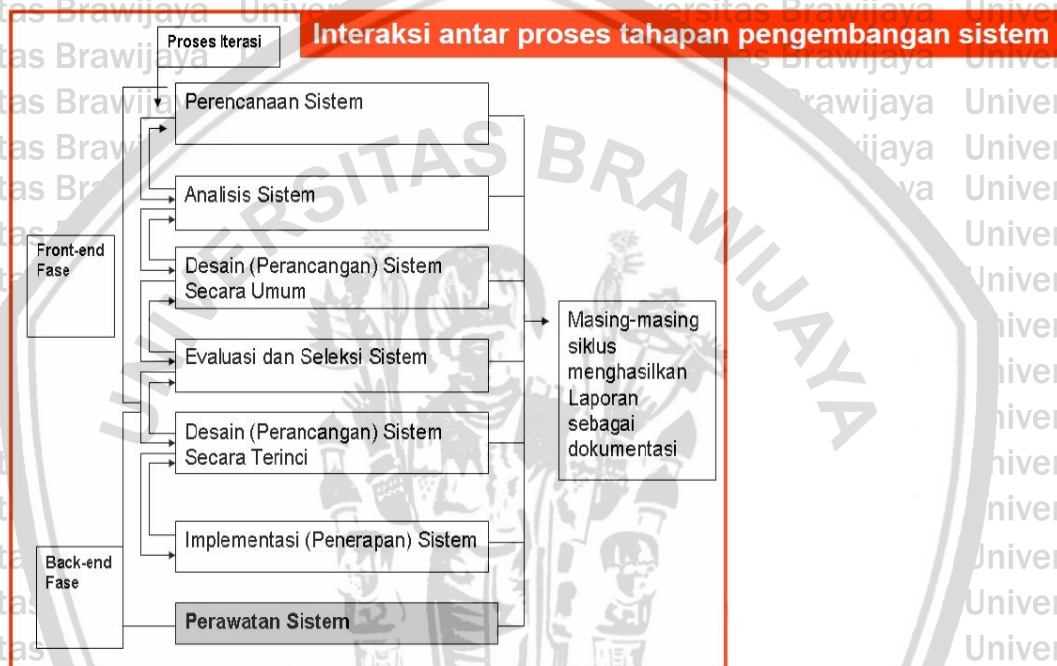
terdapat pada SDLC yaitu Ivestigasi, analisis, disain, implementasi, dan perbaikan/perawatan tetap akan ditempuh. Perbedaan utama adalah pada pendekatan pada tahapan disain dan implementasi. Hal ini disesuaikan dengan kesulitan dalam pengembangan sistem informasi berbasis web seperti telah dijelaskan diatas. Berbagai kerangka pengembangan telah dikembangkan dengan harapan mampu meningkatkan produktivitas dan mengurangi kesalahan dalam pengembangan. Kerangka dasar yang saat secara umum digunakan adalah MVC (*Model-View-Controller*)

Mommaerts (2006) menyebutkan bahwa MVC adalah sebuah pola pengembangan aplikasi web yang membagi suatu aplikasi dalam tiga bagian (layer), yaitu :

- *Model* : Model merujuk pada data/informasi dimana aplikasi tersebut akan bekerja. Biasanya ini dihubungkan dengan database, meskipun tidak selalu
- *View* : view meunjukkan bagaimana aplikasi akan tampak dan berinteraksi dengan pengguna. Dalam aplikasi berbasis web biasanya ini adalah halaman – halaman yang dibangun dengan HTML atau bisa juga dengan Flash
- *Controller* : Layer yang berhubungan dengan reaksi dari aplikasi terhadap aksi yang dilakukan oleh pengguna. Atau boleh dikata ini *controller* berperan dalam mengelola event – event yang terjadi dalam aplikasi berbasis web, misalnya ketika pengguna menekan suatu tombol maka *controller* akan merubah satu atau lebih model dan memilih *view* mana yang sesuai dengan *model* tersebut.

Dengan memisahkan aplikasi menjadi 3 layer, maka perubahan pada satu layer tidak akan berpengaruh pada layer yang lain. Hal ini akan mengurangi resiko kesalahan dalam pengkodean sehingga secara signifikan akan mempercepat proses pengembangan dan memudahkan perawatan sistem. (Effendi,2004:51-52)

3. Tahapan Pengembangan dan Desain Sistem



Gambar 2.7

7 Tahapan Desain Sistem (Sumber : Hartono, 2004:4)

Menurut Hartono (2004:4) tahapan dalam mendesain sistem ada 7:

1. Perencanaan

Perencanaan adalah membuat semua rencana yang berkaitan dengan proyek sistem informasi. kalau kita ingin membangun rumah maka kita akan melakukan perencanaan bagaimana pondasinya, bagaimana struktur bangunannya, mau memakai material apa saja, apa warna dindingnya, tak ketinggalan pula merencanakan anggaran budget yang harus kita keluarkan. begitu pula untuk

membangun sistem informasi, sistem informasi apa saja, sistem informasi HRD, Logistik, Finance semuanya harus direncanakan.

Dalam perencanaan, hampir semua pihak yang terlibat dalam proyek sistem informasi harus diikutsertakan, mulai manajer proyek (Project Manager), user, calon pengguna sistem informasi, Business Process Analyst, Sistem Analyst, Programmer sampai Tester.

Ada point-point penting perencanaan yang perlu dibuat dalam membangun sistem informasi :

- a. *Feasibility study*, yaitu membuat studi kelayakan untuk sistem informasi yang akan dibuat, seperti membuat kajian bagaimana proses bisnis akan berjalan dengan sistem baru dan bagaimana pengaruhnya.
- b. *Budget*, yaitu membuat alokasi dan pengaturan pembiayaan proyek, termasuk biaya perjalanan dan biaya lembur
- c. Sumber daya, yaitu membuat alokasi sumber daya yang akan dipakai dalam proyek, misalnya jumlah tim, ketersediaan perangkat komputer dan sumber daya yang lain.
- d. Cakupan (*Scope*) , yaitu menentukan batasan ruang lingkup sistem informasi yang akan dibangun.
- e. Alokasi waktu, yaitu membuat alokasi waktu untuk keseluruhan proyek, setiap langkah, setiap tim, dan masing-masing aktifitas, mulai perencanaan sampai saat sistem informasi *go live*.

2. Analisa

Setelah perencanaan selesai, langkah berikutnya adalah membuat analisa (analyst). Analisa adalah menganalisa *workflow* sistem informasi yang sedang berjalan dan mengidentifikasi apakah *workflow* telah efisien dan sesuai standar tertentu. Analisa dilakukan oleh *Business Process Analyst* (BPA) yang berpengalaman dan/atau memahami *workflow* sistem manajemen di area yang sedang dianalisa.

Analisa biasanya dilakukan dengan beberapa cara :

- a. Ikut terlibat, BPA ikut terlibat langsung dan mengamati *workflow* yang sedang dijalankan.
- b. Wawancara, BPA melakukan wawancara kepada user yang menjalankan *workflow* dalam sistem manajemen.

3. Desain

Setelah proses analisa selesai, selanjutnya adalah membuat desain (*design*). Desain adalah langkah yang sangat penting dalam siklus SDLC karena langkah ini menentukan fondasi sistem informasi. kesalahan dalam desain dapat menimbulkan hambatan bahkan kegagalan proyek.

Ada 2 jenis desain yang dibuat di langkah ini, yaitu desain proses bisnis dan desain pemrograman.

a. Desain Proses Bisnis

Seperti halnya analisa, desain proses bisnis juga dikerjakan oleh BPA. BPA akan mendesain kembali semua *workflow* agar menjadi lebih efisien dan mengintegrasikannya satu sama lain menjadi satu kesatuan.

Contoh desain proses bisnis adalah Order to Cash, yaitu mendesain bagaimana workflow dari proses penerimaan order reparasi/service mobil, proses pembagian kerja di tim mekanik hingga proses saat pelanggan melakukan pembayaran di kasir.

b. Desain Pemrograman

Desain pemrograman dilakukan oleh Sistem Analis (SA) yaitu membuat desain yang diperlukan untuk pemrograman berdasarkan desain proses bisnis yang telah dibuat oleh BPA. desain ini akan menjadi pedoman bagi programmer untuk menulis source code. Desain pemrograman meliputi :

- 1). Desain database, Mendesain database merupakan tantangan terbesar dalam membangun sistem informasi, yaitu bagaimana menyimpan data dan bagaimana mendapatkan kembali dengan mudah. tidak sembarangan orang yang mendesain database harus paham, Database Management System (DBMS) ,relasi database bagaimana membagi database ke beberapa tabel yang saling berkaitan, Normalisasi database agar database yang dibangun dalam bentuk normal.dsb.
- 2). Desain Screen Layout, yaitu tampilan depan layar. desain user-friendly ,mudah dipahami, mudah digunakan, navigasi nya jelas. pemilihan warna juga berpengaruh pada nyamannya user menggunakan sistem informasi.
- 3). Desain Diagram Proses, yaitu flowchart yang menggambarkan algoritma dan logika suatu program.
- 4). Desain Report Layout, yaitu desain laporan yang dihasilkan dari sistem informasi, bagaimana mengatur text saat laporan diprint dsb.

4. Pengembangan

Pekerjaan yang dilakukan di tahap pengembangan (development) adalah pemrograman. Pemrograman adalah pekerjaan menulis program komputer dengan bahasa pemrograman berdasarkan algoritma dan logika tertentu. orangnya disebut Programmer.

Dalam menulis program, programmer akan berpedoman pada desain yang dibuat oleh System Analyst, misalnya desain database, screen layout, report layout dan desain diagram proses.

Saran untuk Programmer :

- a. Buatlah program flow sesederhana mungkin, demikian pula flow logic nya. Hindari trik-trik pemrograman yang tidak perlu. Hal ini paling sering dilakukan programmer pemula. sebuah program dikatakan baik bila dapat berfungsi sesuai dengan yang diharapkan dan program flow atau flow logicnya dapat dengan mudah dimengerti oleh programmer lainnya dan tidak diukur dari berapa jumlah baris source-code nya.
- b. Hindari penggunaan hard code dalam program, yaitu memasukkan kode-kode tertentu yang bersifat absolut sehingga ketika sistem informasi akan diimplementasikan ke anak perusahaan lain, sistem tersebut menjadi tidak bisa digunakan.
- c. Buatlah dokumentasi untuk setiap program yang terdiri atas dokumentasi dalam source code program dan berupa keterangan tentang flow logic program.
- d. Buatlah standarisasi untuk program, misalnya nama program dan gaya penulisan program.

e. Buatlah library yang berisi kumpulan source code , baik function, include, subroutine dan lain-lain yang dapat dipakai ulang.

f. Biasakan meletakkan source code di flow logic yang sesuai, misalnya perintah untuk mencari data diletakkan di flow logic data retrieval.

g. Jangan mulai menulis program sebelum program flow dan seluruh flow logicnya dimengerti

5. Testing

Tak ada gading yang tak retak, sebuah peribahasa yang berarti tidak ada yang sempurna di dunia ini. Hal ini berlaku juga pada sistem informasi buatan manusia. Oleh sebab itu, perlu suatu proses untuk menguji mutu sistem informasi. Proses ini lazim disebut testing.

Testing adalah proses yang dibuat sedemikian rupa untuk mengidentifikasi ketidaksesuaian hasil sebuah sistem informasi dengan hasil yang diharapkan. Ketidaksesuaian tersebut dapat berupa penyimpangan dari yang seharusnya (discrepancies) atau kesalahan proses (bug). Discrepancies disebabkan oleh perencanaan, analisa, dan desain yang tidak berjalan dengan baik, sedangkan bug disebabkan oleh pengembangan yang tidak benar. Semakin besar dan kompleks sebuah sistem informasi, semakin besar pula kemungkinan memiliki discrepancies dan bug.

6. Implementasi

Implementasi adalah proses untuk menerapkan sistem informasi yang telah dibangun agar user menggunakannya menggantikan sistem informasi yang lama.

Proses Implementasi :

a. Memberitahu user

b. Melatih user

c. Memasang sistem (install system)

d. Entri/Konversi data

e. Siapkan user ID

7. Pengoperasian dan Pemeliharaan

Langkah Paling akhir adalah pengoperasian dan pemeliharaan, selama sistem informasi beroperasi, terdapat beberapa pekerja rutin yang perlu dilakukan terhadap sistem informasi, antara lain :

a. System Maintenance

System Maintenance adalah pemeliharaan sistem informasi, baik dari segi hardware maupun software. System maintenance diperlukan agar sistem informasi dapat beroperasi dengan normal untuk mendukung kegiatan operasional perusahaan.

b. Backup & Recovery

Sistem informasi yang baik harus mempunyai perencanaan backup dan recovery. Sistem informasi yang sedang beroperasi sewaktu-waktu dapat terganggu, misalnya oleh kerusakan perangkat keras (hardware), serangan virus, atau bencana alam.

Backup adalah kegiatan membuat duplikat program aplikasi dan database dari production Environment ke dalam media lain seperti tape dan CD, sedangkan recovery adalah kebalikan dari backup, yaitu mengembalikan program

aplikasi dan DBMS sebuah sistem informasi yang rusak ke keadaan semula dengan memakai data dari hasil backup.

c. Data Archive

Data-data sistem informasi yang tersimpan dalam database di harddisk disebut data on-line. seiring dengan berjalannya waktu, data tersebut akan terus bertambah sehingga dapat menyebabkan harddisk penuh dan menurunkan kinerja DBMS.

Untuk itu dalam jangka waktu tertentu data-data tersebut perlu di-archive.

Data Archive adalah proses mengekstraksi data dari database dan menyimpannya di media lain seperti tape dan CD yang disebut data off-line . dan menghapusnya dari hard disk.

I. Alat Permodelan Sistem

1. Data Flow Diagram (DFD)

Menurut (Ladjamudin,2005:64-66) Diagram aliran data merupakan model dari sistem untuk menggambarkan pembagian sistem ke modul yang lebih kecil.

Salah satu keuntungan menggunakan diagram aliran data adalah memudahkan pemakai atau user yang kurang menguasai bidang komputer untuk mengerti sistem yang akan dikerjakan. Dalam DFD ada beberapa hal yang perlu diperhatikan:

- **Diagram Konteks**

Diagram konteks adalah diagram yang terdiri dari suatu proses dan menggambarkan ruang lingkup suatu sistem. Diagram kontek merupakan

level tertinggi dari DFD yang menggambarkan seluruh input ke sistem atau output dari sistem.

- Diagram Nol/zero (*Overview Diagram*)

Diagram nol adalah diagram yang menggambarkan proses dari dataflow diagram. Diagram nol memberikan pandangan secara menyeluruh mengenai sistem yang ditangani

- Diagram Rinci

Diagram rinci adalah diagram yang menguraikan proses apa yang ada dalam diagram zero atau diagram level di atasnya

- *Balancing* dalam DFD

Aliran data yang masuk ke dalam dan keluar dari suatu proses harus sama dengan aliran data yang masuk ke dalam dan keluar dari rincian proses pada level/tingkatan dibawahnya.

- Spesifikasi Proses (*Process Specification*)

Setiap proses (*bubble*) di DFD harus memiliki spesifikasi proses. Tanpa ini kita tidak akan mengetahui yang akan terjadi di dalam proses (*bubble*) tersebut

J. Prestashop

PrestaShop merupakan solusi e-commerce gratis untuk kernel dasar dan open source. Prestashop mendukung portal pembayaran seperti Google Checkout, Paypal atau beberapa metode pembayaran melalui API. Beberapa modul pembayaran ditawarkan namun harus berbayar. PrestaShop tersedia dibawah

Open Software License dan secara resmi diluncurkan pada Agustus 2007 untuk bisnis skala kecil-menengah. Piranti lunak yang menggunakan mesin template Smarty ini digunakan oleh ribuan toko online di seluruh dunia. Grup PrestaShop didirikan di Paris, Perancis. Lebih dari 40 bahasa tersedia untuk berbagai tingkat, dengan hanya Bahasa Inggris dan Bahasa Perancis memiliki dukungan penuh dalam semua versi rilisnya. Disamping dukungan resmi tidak disediakan, pertanyaan yang terjawab tersedia pada forum resminya. Piranti lunak ini menggunakan AJAX pada admin panel secara luas, saat blok-blok modul dengan mudah ditambahkan pada toko (halaman depan) untuk menambahkan fungsinya; modul-modul tersebut biasanya disediakan secara gratis oleh pengembang independen. Pembuat PrestaShop memiliki pasar resmi untuk modul dan tema berbayar dengan nama.

Kelebihan prestashop :

1. Fiturnya lengkap dan detail
2. Developnya banyak dan dari indonesia sudah ada subforumnya, sehingga mudah untuk dipelajari
3. Banyak modul - modul yang gratis

Kekurangan prestashop :

1. Karena fitur yang lengkap dan detail sehingga lebih susah untuk dioprasikan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Melakukan suatu penelitian, diperlukan suatu metode penelitian yang mempunyai fungsi untuk memperoleh data yang relevan dengan tujuan penelitian serta untuk mengadakan pendekatan terhadap objek yang akan diteliti.

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, Menurut Sugiyono (2011:2),

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Menurut Arikunto (2005:234) penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tetapi hanya menggambarkan apa adanya gejala, keadaan atau fakta. Sedangkan penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, sebagai lawannya adalah eksperimen dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono,2011:9).

Jadi, bisa disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang bertujuan memberikan solusi kepada pemakai sistem dalam hal desain dan pembuatan website ecommerce sebagai media untuk memperluas pemasaran.

Penelitian dilakukan tanpa uji hipotesis karena dalam penelitian ini yang dilakukan adalah mendiskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan keadaan yang ada selama ini atau dalam kondisi kerja saat

ini. Setelah diketahui gambaran sistem yang ada serta mengetahui kelemahannya yang kemudian dilakukan pengembangan sistem yang diantaranya dengan desain sistem informasi yang lebih baik

B. Fokus Penelitian

Penentuan fokus penelitian sangat menentukan dalam langkah – langkah penelitian, sebab fokus merupakan tahap awal lingkup permulaan yang dipilih sebagai wilayah umum ditahap pertama pelaksanaan penelitian, sehingga penelitian akan memperoleh gambaran umum, secara menyeluruh tentang subyek atau situasi yang diteliti (Faisal, 1990:142). Selain itu penentuan fokus mempunyai tujuan untuk menyaring informasi yang masuk.

Metode ilmiah yang sangat penting untuk dijadikan panutan sebagai dasar dalam melandasi langkah pemecahan masalah, dalam metode penelitian deskriptif ini didasarkan bahwa data yang dikumpulkan akan benar – benar berguna sehingga relevan dengan persoalan yang akan dipecahkan. Selanjutnya sesuai dengan judul penelitian, maka fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Gambaran sistem informasi penjualan pada CV Adi Wahana Computer Kediri
2. Desain Website *e-commerce* sebagai media penjualan elektronik

C. Lokasi dan Situs Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah kantor CV. Adi Wahana Computer yang beralamat di Jalan Hayam Wuruk Trade Center D/5 Kediri, Jawa Timur. Alasan

pemilihan lokasi penelitian ini karena CV. Adi Wahana masih menggunakan manual dan penjualan online masih menggunakan *facebook* atau website *social media* yang lain, Dengan demikian diperlukannya solusi agar CV. Adi Wahana Computer mempunyai website sendiri dan memilik domain sendiri.

D. Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggali data dari dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Adapun yang dijadikan sumber data dalam penelitian ini adalah

1. Sumber data primer, yaitu sumber yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian yang berhubungan dengan fokus penelitian.
2. Sumber data sekunder, yaitu sumber data yang diperoleh dari buku, dokumen, ataupun arsip yang ada di lokasi penelitian sesuai dengan peneliti.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data merupakan salah satu tahapan sangat penting dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang benar akan menghasilkan data yang memiliki kredibilitas tinggi, dan sebaliknya. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam teknik ini adalah :

- a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung atau peninjauan secara cermat dan langsung di lapangan atau lokasi penelitian.

Dalam hal ini, peneliti dengan berpedoman kepada desain penelitiannya perlu mengunjungi lokasi penelitian untuk mengamati langsung berbagai hal atau kondisi yang ada di lapangan.

b. Wawancara

Suatu cara mengumpulkan data dengan cara mengajukan pertanyaan langsung kepada responden. Teknik ini bertujuan untuk memperoleh informasi secara langsung.

c. Dokumentasi

Mencatat dokumen-dokumen yang dimiliki oleh perusahaan. Dokumen yang dimaksudkan adalah dokumen yang didalamnya terdapat informasi tentang perusahaan meliputi jumlah karyawan dan lain sebagainya.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan lebih mudah. Berkaitan dengan teknik pengumpulan data, maka instrument penelitian yang digunakan adalah :

1. Pedoman wawancara berupa daftar pertanyaan yang telah dibuat sebelumnya yang digunakan untuk wawancara dengan bagian yang terkait dan alat tulis – menulis untuk mencatat hasil wawancara.

2. Pedoman dokumentasi berupa buku, dokumen, maupun arsip di lokasi penelitian yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

3. *Field note* (Catatan lapangan), berupa catatan ringkas yang dibuat oleh peneliti selama mengadakan penelitian yang berkaitan dengan temuan – temuan serta data – data yang didapatkan di lapangan.

G. Metode Analisis Data

Analisis data adalah serangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan sistematisasi, penafsiran, dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis, dan ilmiah (Tobroni, 2000:191)

Tujuan dari penggunaan alat analisis data adalah untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca dan diinterpretasikan sesuai dengan tujuan penelitian yang ditetapkan.

Adapun langkah – langkah dalam menganalisis data yaitu :

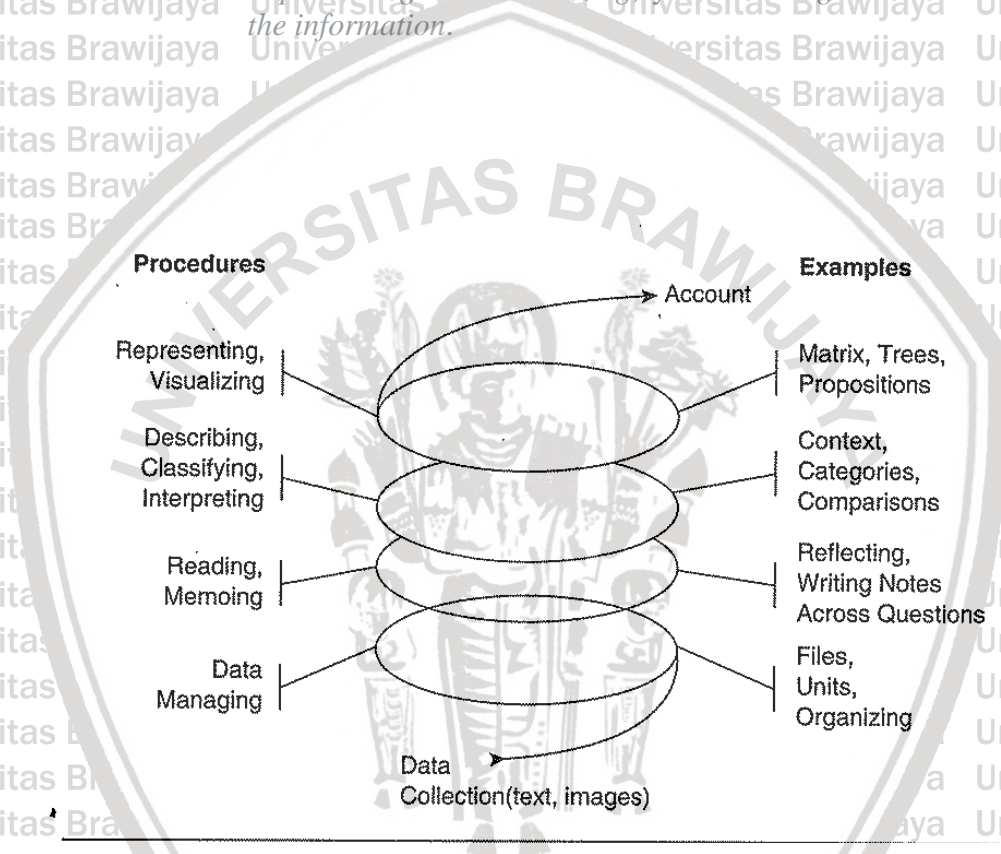
1. Menggambarkan sistem penjualan yang digunakan oleh perusahaan.
2. Menganalisis sistem informasi penjualan yang cocok untuk digunakan pada perusahaan dengan menggunakan data analisis spiral, di sebut

analisis spiral karena *the processes of data collection, data analysis, and report writing are not distinct steps in the process, they are interrelated and often go on simultaneously in a research project.*

Adapun langkah – langkahnya sebagai berikut (Creswell, 2007:151):

- a. *Data Managing*, yaitu *All the data were organized into file folders and computer files according to the type of the data, for instance, observation, field notes, interview transcripts, or document, etc.*

- b. *Reading and Memoing*, yaitu *sketching ideas in the margin of field note, highlighting certain information in descriptions, writing observers comments, reflective passages, and also summarizing the materials.*
- c. *Describing, Classifying, and Interpreting*, in this process resarcercher's job is to describe in detail, dimmensions through some classification system, and provide an interpretation in light of their own views of perspectives in the literatures.
- d. *Representing and Visualizing*, yaitu *creating a visual image of the information.*



Gambar 3.1 *The Data Analysis Spiral*

(Sumber: Cresswel, 2007:150)

3. Setelah data yang diperoleh selesai dianalisis maka akan dibuat suatu desain sistem informasi penjualan berbasis web, Adapun langkah-langkah dalam merancang sistem yaitu:

- a. Desain Model

Dalam tahap ini, peneliti akan membuat desain model – model yang akan digunakan dalam pembuatan sistem informasi promosi berbasis *web* dengan menggunakan perangkat permodelan sistem berupa :

1. Desain logik (*Logical Design*),

a. Diagram konteks (*Context Diagram*)

b. *Data Flow Diagram Tahapan / Level (DFD Levelled)*

c. *Flowchart*

2. Desain Fisik (*Physical Design*)

b. Desain Teknologi

Dalam tahapan ini peneliti akan membuat suatu desain teknologi yang akan digunakan dalam sistem informasi pemasaran berbasis *web* sebagai sarana promosi, yang meliputi teknologi komputer yang diantaranya terdiri dari perangkat keras (*hardware*), perangkat lunak (*software*), *user (brainware)* serta teknologi jaringan komputer dan komunikasi

c. Desain Web

Dalam tahap ini peneliti akan menggunakan aplikasi Prestashop kemudian mengedit *content* dan *context* web dengan menggunakan *software* “Macromedia Dreamweaver 8”

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian data

1. Gambaran Umum dan Sejarah Perusahaan

CV Adiwahana Computer Kediri merupakan perusahaan dagang dan jasa servis di bidang penjualan *Computer, Hardware, Accesories* dan *repair*. Berdiri pada tahun 1998 yang bertempat pada ruko Brawijaya No 40 Kediri Jawa Timur

CV Adiwahana Computer Kediri terbentuk dengan modal awal ± Rp. 10.000.000,-. Setelah satu tahun berjalan yakni pada tahun 1999, CV Adiwahana Computer membuka cabang penjualan baru yang sekarang menjadi kantor pusat dan terletak di Ruko Hayam Wuruk trade center Blok D-5 Kediri Jawa Timur

Pada awal berdirinya, CV Adiwahana Computer hanya memiliki 3 orang tenaga kerja, dengan kemampuan dan pemahaman dibidang komputer yang tergolong *user skill*. Dengan keberanian serta keuletan dari segenap tim kerja pada waktu itu, akhirnya dapat terbentuk CV Adiwahana Computer seperti sekarang ini.

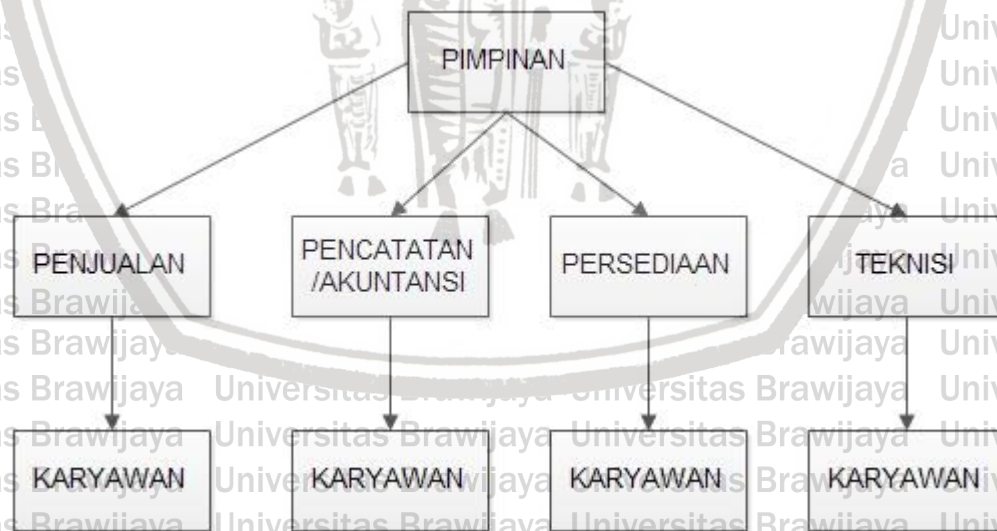
2. Moto Perusahaan

Pada saat ini semua lapisan masyarakat sangat membutuhkan komputer, baik dari kalangan usahawan, anak sekolah maupun masyarakat umum. Ditambah lagi adanya internet yang sangat berguna dalam menunjang informasi di semua pihak untuk berbagai negara.

Menyadari betapa pentingnya alat teknologi komputer bagi masyarakat, maka CV Adiwahana Computer ini mempunyai misi utama yaitu *gets maximum satisfaction in information technology* yang berarti CV Adiwahana Computer ingin memuaskan masyarakat akan kebutuhan teknologi dan informasi.

3. Struktur Organisasi Perusahaan

Pada suatu perusahaan, struktur organisasi sangat penting meskipun bentuknya tidak sama antara satu dengan yang lainnya tergantung pada perusahaan atau instansi membentuknya sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Struktur organisasi merupakan suatu kerangka yang menunjukkan keterkaitan antara pimpinan dan karyawan, sehingga jelas kedudukan, wewenang serta tanggung jawab masing-masing karyawan yang bermanfaat untuk menjamin kelancaran kegiatan dan fungsi masing-masing dalam suatu organisasi.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

Sumber : Adiwahana Computer

4. Tugas dan Fungsi Bagian CV Adiwahana Computer

a. Pimpinan

- Mengkoordinir serta mengawasi pelaksanaan tugas dari karyawan
- Menandatangani kontrak serta perjanjian yang berhubungan dengan keuangan perusahaan

b. Persediaan

- Memimpin/memanager kelangsungan usaha
- Memberikan keputusan terakhir terhadap kebijakan perusahaan
- Menentukan jenis dan jumlah barang yang harus dibeli
- Memeriksa barang yang diterima
- Memelihara barang yang digudang
- Memeriksa jumlah barang yang tersedia digudang

c. Teknisi

- Merakit komputer
- Memperbaiki komputer
- Mengatur dan menangani kegiatan yang berhubungan dengan

hardware

d. Pencatatan/Akuntansi

- Mencatat semua kegiatan transaksi akuntansi
- Membuat laporan keuangan

e. Penjualan

- Mengelola dan melaksanakan kegiatan penjualan secara langsung

- Melaporkan hasil penjualan yang terjadi setiap hari
- Menerima pelanggan

B. *The Data Analysis Spiral*

1. *Data Managing* (Pengumpulan Dan Pengkelompokan data)

Pada porses data managing dibagi menjadi 2 yaitu :

a. *Web content managing*

Dalam memenejemen isi website dilakukan dengan cara dokumentasi dan wawancara dengan pimpinan dan bagian pemasaran. Wawancara ini dilakukan dengan tujuan agar informasi yang di perlukan untuk membangun sebuah website didapatkan dengan lengkap dan akurat. Wawancara tersebut juga berguna untuk menentukan sejauh mana kebutuhan kegiatan promosi akan sebuah sistem yang dapat mencakup segala keperluan baik pengguna maupun pihak lain yang memerlukan informasi mengenai produk toko Adiwahan Computer. Berikut hasil wawancara yang dilakukan pada beberapa bagian di CV Adiwahana Computer.

- Pada bagian penjualan :

1) Peneliti : Bagaimana sistem penjualan yang dilaksanakan saat ini?

Informen : *Untuk saat ini kegiatan masih dilakukan secara offline atau konvensional, yaitu pelanggan datang ketoko melihat – lihat barang yang dicari. Kemudian barang dirasa ada yang cocok bisa langsung bayar di kasir. Terus bagian kasir memberikan nota pembelian kepada pelanggan. Terus laporan data penjualan tersebut dikirim ke bagian pencatatan kemudian diolah menjadi laporan penjualan.*

- 2) Peneliti : Bagaimana kalau pelanggan melakukan kegiatan pembelian melalui transfer antar bank?

Informen : *Bisa, disini juga melayani pembelian melalui transfer antar bank, tetapi terbatas hanya untuk bank BCA dan bank Mandiri. Kalau BCA dengan nomor rekening 0611796829 a.n Adiwahana Computer dan nomor rekening mandiri 1440006698579 a.n Adiwahana Computer*

- Pada bagian persediaan :

- 1) Peneliti : Bagaimana untuk pelanggan mengetahui barang apa saja yang dijual, berapa harganya, apa spesifikasinya?

Informen : *Kalau masalah barang apa saja yang dijual, harganya berapa, speknya apa saja bisa dicek di katalog atau brosur, tapi tidak semua produk dimasukkan brosur. Kalau untuk melihat barang lebih lengkap bisa langsung datang ke toko.*

- Pada pimpinan :

- 1) Peneliti : Desain website toko online seperti apa yang diinginkan?

Informen : *wah, kalau itu saya kurang paham tentang desain website, tapi yang penting simpel biar pelanggan tidak bingung mengoprasikan websitenya, informasi yang dimuat juga jelas dan lengkap, dan desainnya menarik.*

- 2) Peneliti : Kalau ada pelanggan yang komplain atau mau bertanya bagaimana?

Informen : *Bisa langsung ke CS melalui via telepon 0354-694043 atau bisa langsung nomor HP CS atau langsung datang ke toko.*

3) Peneliti : Dimana saya bisa melihat informasi perusahaan seperti profil, lokasi, moto perusahaan dan lain - lain?

Informen : *Nanti bisa saya berikan copy-an filenya dari laptop saya, tapi sekarang sedang terkena virus dan ada beberapa file yang tidak terbackup, termasuk profil perusahaan. biar dibuatkan dulu sama anak – anak.*

Dari kegiatan wawancara di atas dan dokumentasi yang telah dilakukan memperoleh beberapa data yang digunakan untuk *web content* sebagai berikut:

- Info harga barang, harga barang harus dicantumkan agar pelanggan bisa menilai dan membandingkan harga barang
- Info *quantity* (jumlah), untuk mengetahui jumlah stock barang yang berhasil di jual atau yang masih tersedia di daftar barang
- Info spesifikasi barang, agar pelanggan tahu spesifikasi barang yang akan dibeli
- Info data pelanggan, digunakan untuk mengetahui data pelanggan yang akan memesan barang dan juga untuk menjaga hubungan komunikasi yang baik dengan pelanggan
- Info *customer service*, untuk mempermudah komunikasi pelanggan dalam memberikan saran, kritik atau masukan dan untuk memperoleh informasi. Biasanya menggunakan nomor hp, telepon kantor, *chatting via yahoo masanger/*
- Info lokasi kantor, menunjukkan lokasi kantor Adiwahana Computer, pada website ini menggunakan google map.

Info pembayaran, menunjukkan bagaimana proses pembayaran dan bank yang bisa digunakan untuk melakukan pembayaran.

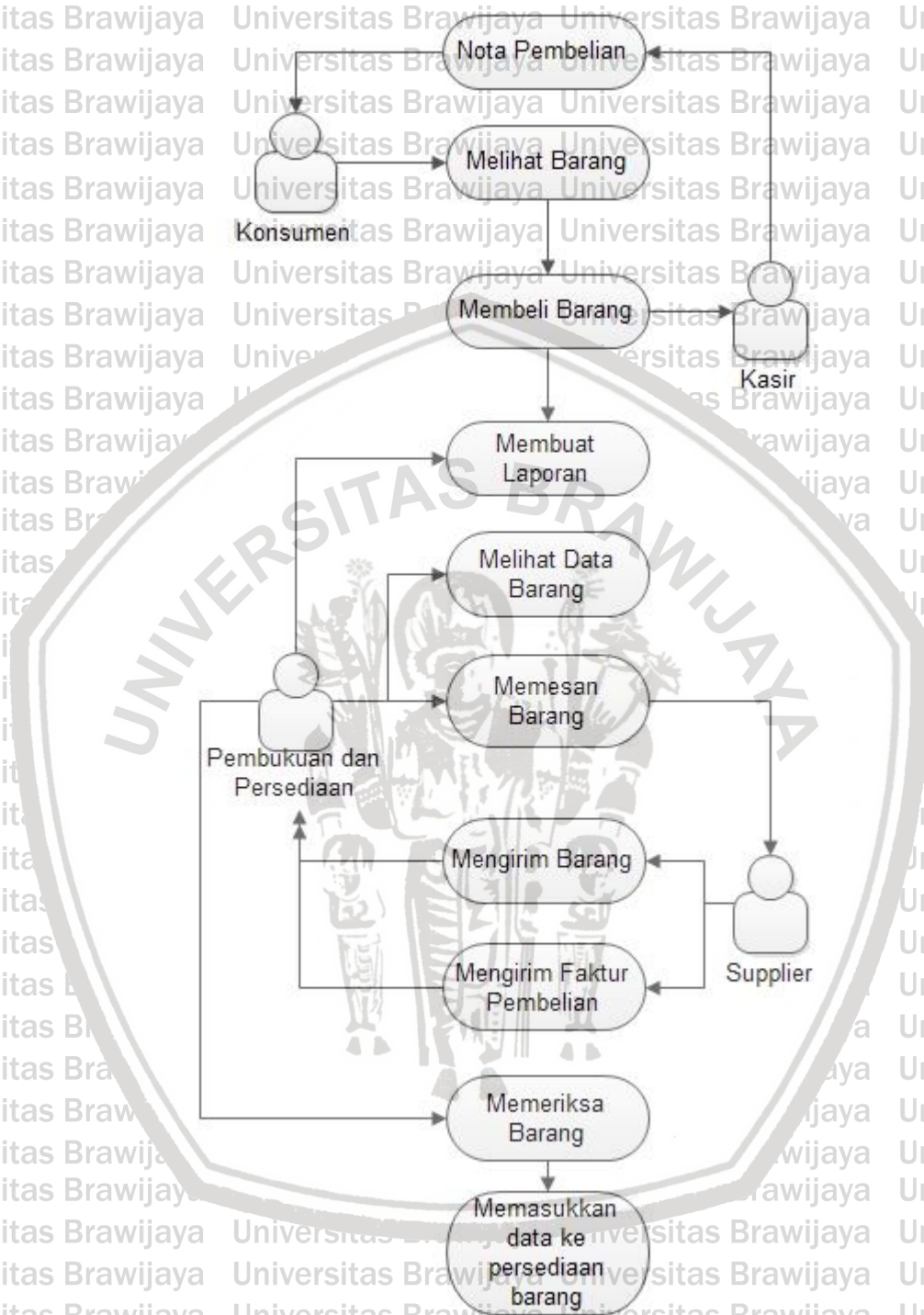
b. Application web build managing

Dalam proses ini data atau aplikasi yang dibutuhkan dalam membangun sebuah website dikelompokkan dan diletakkan dalam satu folder, agar memudahkan dalam pelaksanaan pembuatan website, berikut data dan aplikasi yang perlu disiapkan:

- 1) Prestashop *installer, software open source* yang digunakan dalam membangun website *e-commerce*
- 2) Macromedia Dreamweaver 8, digunakan untuk mengedit hal – hal yang perlu diganti.
- 3) Modul prestahsop, modul digunakan untuk fitur tambahan yang dibutuhkan dalam website *e-commerce*
- 4) Xampp, *software web server apache* yang didalamnya sudah tersedia database server mysql dan support php *programming*
- 5) Corel Draw, digunakan untuk membuat disain, logo banner perusahaan yang biasanya di letakkan pada bagian *header*

2. Reading and Memoing (Membaca data dan Membuat catatan)

Dari data yang sudah dikumpulkan dan dikelompokkan dapat dilihat sistem informasi penjualan yang digunakan saat ini oleh toko Adiwahana Computer bisa dilihat pada diagram berikut:



Gambar 4.2 sistem informasi penjualan saat ini

Sumber : data yang diolah

Disana sudah ada komputer dan internet, namun saat ini komputer hanya digunakan sebatas kegiatan klerikal saja seperti mengetik, membuat desain brosur

untuk promosi dan pengecekan barang seperti harga barang, jumlah barang, spesifikasi barang. Serta kurang memanfaatkan jaringan internet yang dimiliki serta belum adanya media untuk mempermudah komunikasi jarak jauh dengan konsumen atau pelanggan, sehingga bisa memperlambat proses kegiatan perusahaan. Pelanggan atau user juga akan sulit mengetahui informasi yang *up to date* dan akses untuk mengetahui informasi produk juga akan membutuhkan waktu yang lama.

3. *Describing, Classifying, Interpreting*

Describing

Pada bagian ini peneliti mendeskripsikan tentang kekurangan atau masalah sistem informasi penjualan saat ini. Kekurangan dari sistem informasi penjualan saat ini adalah kegiatan penjualan masih dilakukan secara manual/offline sehingga kegiatan pemasaran hanya bisa dilakukan di daerah kediri dan sekitarnya dan penyampaian informasi produk dari perusahaan ke pelanggan juga membutuhkan waktu yang lama, meskipun sudah mulai melakukan penjualan secara online melalui *facebook*, forum jual beli (*kaskus*, *indowebster*), penyedia jasa toko online (*toko bagus*), tetapi hal tersebut di rasa kurang efektif karena fitur yang disediakan terbatas, tidak bisa mendisain sendiri toko *online* yang diinginkan, dan bisa juga menimbulkan rasa ketidakpercayaan dari konsumen. Kalau sebuah toko online memiliki domain sendiri dan tidak gratis/murah (*.com*, *.co.id*.) bisa menimbulkan kepercayaan bahwa toko tersebut memang benar – benar ada dan bonafit.

Tidak adanya media penjualan *online* dapat menimbulkan kerugian pada toko Adiwahana Computer seperti calon pelanggan berlokasi jauh misal dari luar kota yang mau membeli barang di toko Adiwahana Computer harus datang, dan apabila barang yang dicari ternyata tidak ada maka akan menimbulkan kekecewaan pelanggan. Melihat dari kerugian yang ditimbulkan dari dampak kurang optimalnya sistem informasi penjualan manual/offline pada toko Adiwahana Computer maka perlu adanya rancangan atau desain sistem baru serta *website e-commerce* yang menarik dan memuat informasi lengkap seperti harga barang, spesifikasi barang, jumlah kesediaan barang, *costomer service* untuk mempermudah pelanggan berhubungan langsung dengan pihak toko Adiwahana Computer

Classifying

Pada bagian ini peneliti mencoba mengelompokkan menjadi beberapa bagian dari sistem penjualan yang ada:

Input :

- Kasir memasukkan data pembelian yang dilakukan konsumen ke bagian pencatatan
- Bagian persediaan memasukkan daftar barang yang akan dibeli kepada supplier
- Bagian persediaan memasukkan daftar barang ke database

Proses :

- Bagian pencatatan memproses data pembelian yang dikirim dari kasir

- Suplier memproses daftar barang yang akan dibeli perusahaan
- Database memproses input barang yang dilakukan bagian

persediaan

Output :

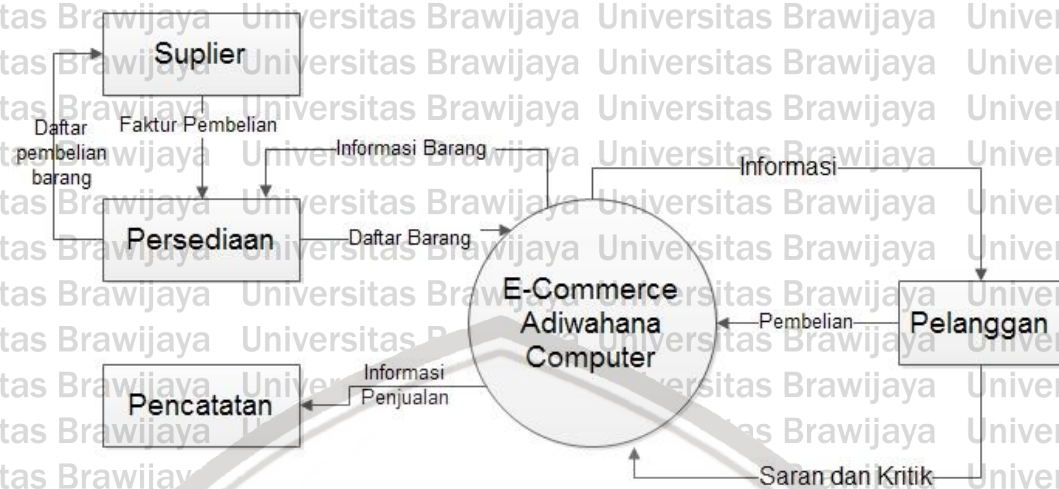
- Output dari bagian pencatatan berupa laporan penjualan dari proses yang dilakukan

- Setelah daftar barang yang dikirim bagian persediaan diproses oleh suplier maka menghasilkan keluaran berupa faktur pembelian

- Daftar barang yang baru dibeli oleh bagian persediaan kemudian dimasukkan dan diproses di database menghasilkan keluaran data daftar barang yang baru

Interpreting

Dibagian *interpreting* dilakukan penggabungan dari *input*, proses, dan *output* yang tadinya dikelompokkan di bagian *classifying* sehingga menghasilkan sistem baru yang diharapkan bisa lebih efektif, efisien dan bisa menangani beberapa masalah yang dihadapi oleh sistem yang lama. Berikut gambar diagram sistem yang baru:



Gambar 4.3 diagram sistem informasi penjualan baru

Sumber : data yang diolah

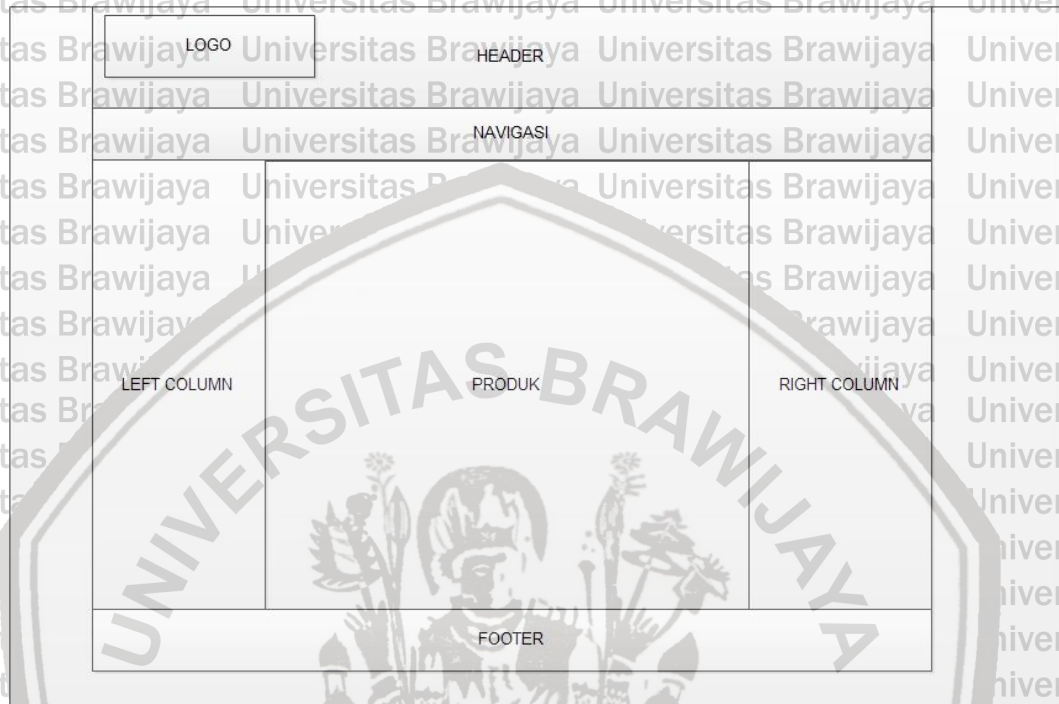
Bisa dilihat di atas kebanyakan proses terpusat pada website ecommerce karena bagian persediaan bisa memasukkan daftar barang atau mengetahui daftar barang yang habis langsung dari database website ecommerce dan pada bagian pencatatan, informasi penjualan bisa diperoleh dari daftar penjualan barang di website ecommerce.

4. *Representing, Visualizing*

Pada tahap ini dibuat rekayasa gambar atau diagram dari sistem informasi penjualan website ecommerce yang akan dibuat berupa tampilan secara umum dan sitemap yaitu gambaran diagram website ecommerce secara umum. Berikut adalah tampilannya.

Visualizing

Tampilan desain halaman muka



Gambar 4.4 desain tampilan umum *website ecommerce*

Sumber : data yang diolah

Keterangan :

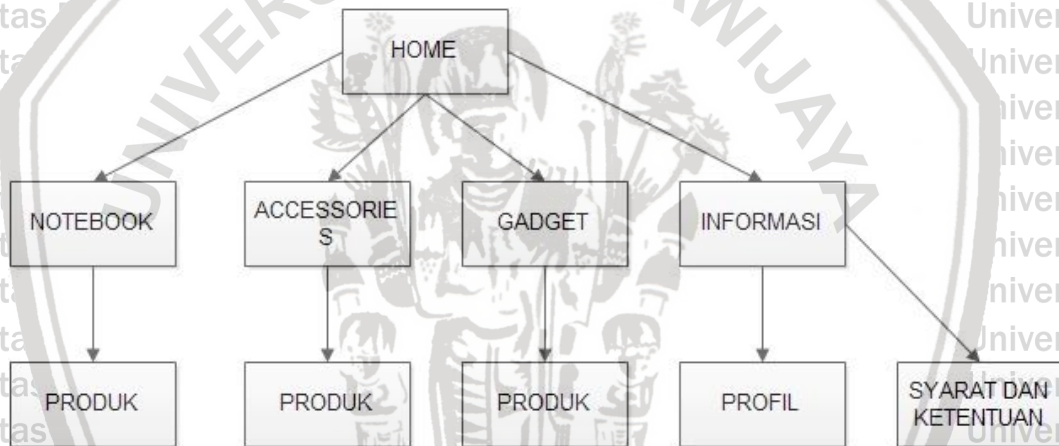
1. Pada bagian atas terdapat header yang terdiri dari logo baner website, pilihan bahasa dan mata uang yang digunakan, *field search* yang digunakan untuk mencari produk, menu *login* dan *register*.
2. Pada baris kedua terdapat menu navigasi yang terdiri dari *home*, *notebook*, *accessories*, *gadget*, dan *subcategory* dari masing – masing
3. Pada baris ketiga terdapat animasi slide gambar, dan daftar produk yang ditampilkan di index

4. Pada kolom bagian kiri terdiri dari produk yang baru dilihat, *manufactur*, informasi dan kontak *chatting* via yahoo
 5. Pada kolom bagian kanan terdiri dari *top seller*, produk terbaru, dan lokasi kantor menggunakan google map.
- c. Pada bagian bawah terdapat footer yang berisi tentang keterangan

website

Representing

Tampilan site map



Gambar 4.5 site map *website ecommerce*

Sumber : Data yang diolah

C. Desain model sistem

Dengan selesainya tahap analisis sistem tahap selanjutnya yang harus dilakukan setelah selesai melakukan analisis sistem dan interpretasi data adalah membuat desain sistem yang baru sebagai gambaran tentang Perencanaan Sistem

Informasi Penjualan kepada pengguna, agar lebih jelas bagaimana sistem tersebut nantinya akan di buat dan apa saja yang dibutuhkan dalam mendesain sistem

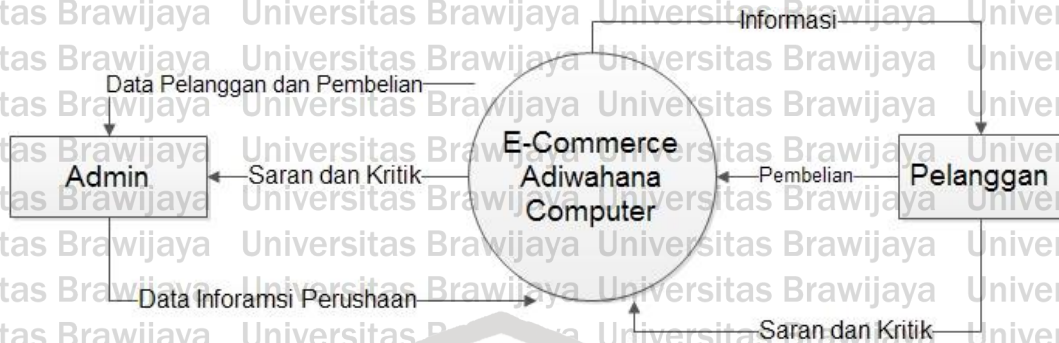
tersebut. Ketika sistem informasi penjualan ditingkatkan kualitasnya, diharapkan perusahaan dapat mengefektifkan dan mengefisienkan sistem informasi penjualan tersebut agar lebih dapat dikenal oleh masyarakat luas. Desain model sistem ini digunakan untuk menggambarkan bagaimana nantinya fungsi – fungsi dari sistem ini akan bekerja. Dalam penjabarannya, akan digunakan dua macam desain model yaitu desain model secara logic dan desain model secara fisik.

1. Desain Logik (*Logical Design*)

Desai logik digambarkan dengan menggunakan suatu diagram yang disebut dengan *Data Flow Diagram* atau Diagram Arus Data. DFD sering digunakan untuk menggambarkan sistem yang telah ada ataupun sistem baru yang akan dikembangkan secara logika tanpa mempertimbangkan terlebih dahulu lingkungan fisik dimana data mengalir atau data disimpan. Pertama kali, DFD akan digambarkan pada level tertinggi atau Diagram Konteks, dimana diagram tersebut merupakan dasar dari model desain sistem logik ini, kemudian akan diteruskan pada level 1 atau level 2.

a. Diagram konteks

Diagram konteks adalah diagram yang digunakan untuk menjelaskan hubungan yang terjadi didalam sebuah sistem dengan lingkungan di luar sistem tersebut. Pada desain website ecommerce ini melibatkan dua kesatuan luar yaitu pengurus website (*webmaster*) dan konsumen atau pelanggan. Diagram konteks dari sistem ini ditunjukkan pada gambar berikut :



Gambar 4.6 diagram konteks

Sumber : data yang diolah

Dari diagram konteks di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Admin : sebagai operator dari website *e-commerce* Adiwahana Computer yang bertugas memasukkan berbagai informasi seperti profil perusahaan, produk yang dijual, cara pemesanan barang, menerima saran dan kritik, menerima pemesanan barang.
- Pelanggan atau calon pelanggan : Pelanggan dapat mengetahui informasi mengenai perusahaan, harga produk yang dijual, spesifikasi produk, dan memberikan saran kritik pada toko Adiwahana Computer

b. Data Flow Diagram Tahapan / Level n (DFD Levelled)

DFD pada tahapan ini berguna untuk menggambarkan secara lebih detail mengenai proses – proses yang terjadi dalam diagram konteks.

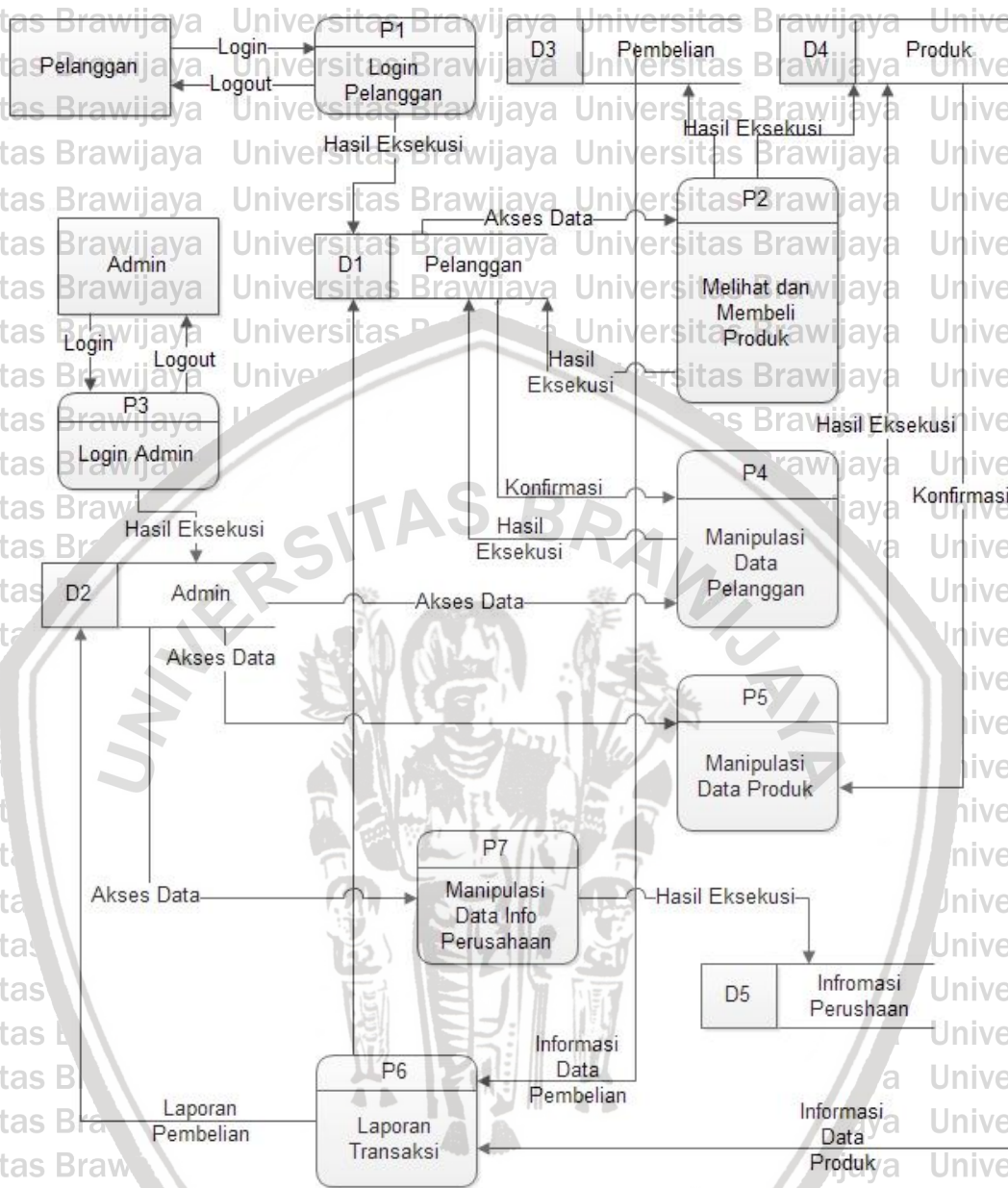
Dalam setiap proses akan dijabarkan lebih mendetail sehingga akan lebih mudah untuk dipahami.

a) Data Flow Diagram Level 0

Pada DFD Level 0 ini dijelaskan mengenai proses yang terjadi di dalam desain website *ecommerce* secara umum. Dapat

dikatakan, proses yang terjadi di dalamnya dapat mewakili seluruh proses yang terjadi di dalam sistem ini. Didalam website ecommerce ini terdapat enam proses utama, yaitu proses manipulasi data, pembuatan data profil perusahaan, pembuatan data profil perusahaan, pembuatan data produk perusahaan, pembuatan data armada operasional, pembuatan data informasi, pembuatan data marketing.





Gambar 4.6.1 DFD Level 0

Sumber : data yang diolah

Berdasarkan diagram di atas, terdapat 2 pengguna yaitu admin dan pelanggan yang saling berhubungan dan berikut penjelasan alur diagramnya:

- Pelanggan : pertama pelanggan melakukan login (P1) ke website ecommerce, kalau pelanggan belum memiliki data pelanggan (user

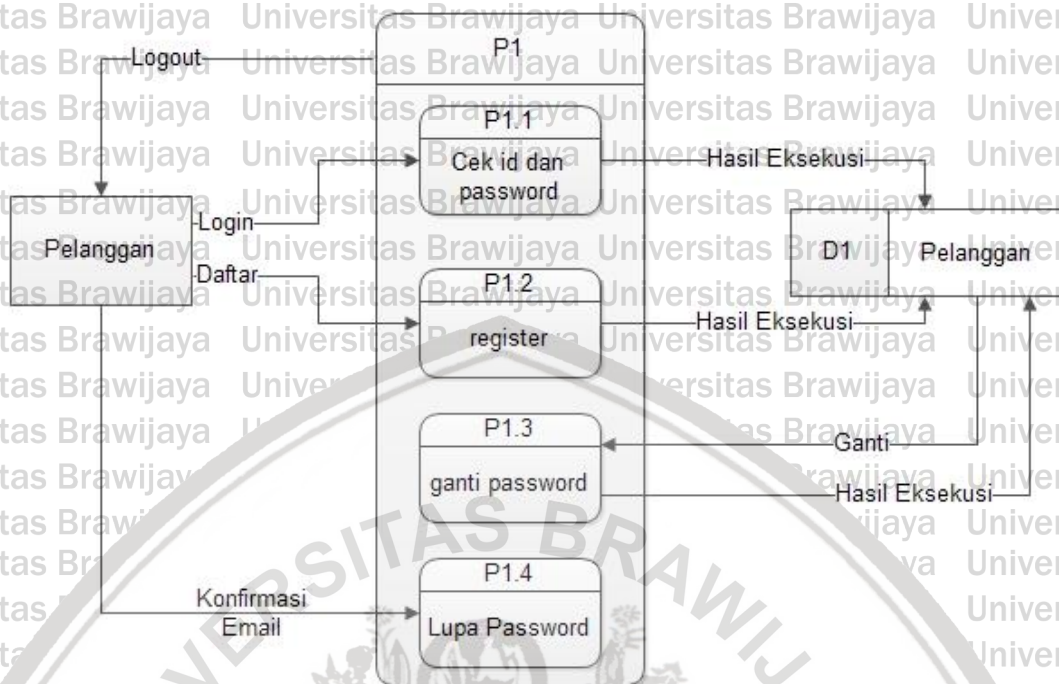
id/account) harus melakukan pendaftaran terlebih dahulu yang kemudian data di kirim ke proses manipulasi data pelanggan(P4), nanti proses manipulasi data akan memberikan pemberitahuan bahwa *account* yang baru dibuat sudah bisa digunakan dengan mengaktifkan *activation code* yang di kirim ke email pelanggan. Setelah registrasi, pelanggan bisa melihat daftar produk yang dijual dan melakukan pembelian (P2), dari (P2) akan muncul dua data berupa data pembelian yang berisi total harga yang harus dibayar pelanggan dan data produk yang berisi produk apa saja yang sudah dibeli. Kedua data tersebut kemudian di kirim ke proses laporan transaksi (P6) yang kemudian hasilnya yang dikirim ke pelanggan dan admin.

- Admin : Pertama Admin melakukan login khusus admin (P3) kemudian admin memiliki akses untuk melakukan manipulasi data pelanggan (P4), data produk (P5), data info perusahaan (P7).

Berdasarkan *Diagram Data Flow Level 0* (DFD LVL 0) terdapat 7 proses yang akan dijelaskan beserta *Diagram Data Flow Level 1* (DFD LVL 1) dari masing – masing proses, berikut penjelasannya:

b) DFD Level 1 Proses *Log in* pelanggan

Diagram level ini menjelaskan bagaimana proses *login* yang telah terenkripsi oleh pelanggan dengan memasukkan nama pelanggan (*user id*) dan nama *password*. Gambar DFD tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

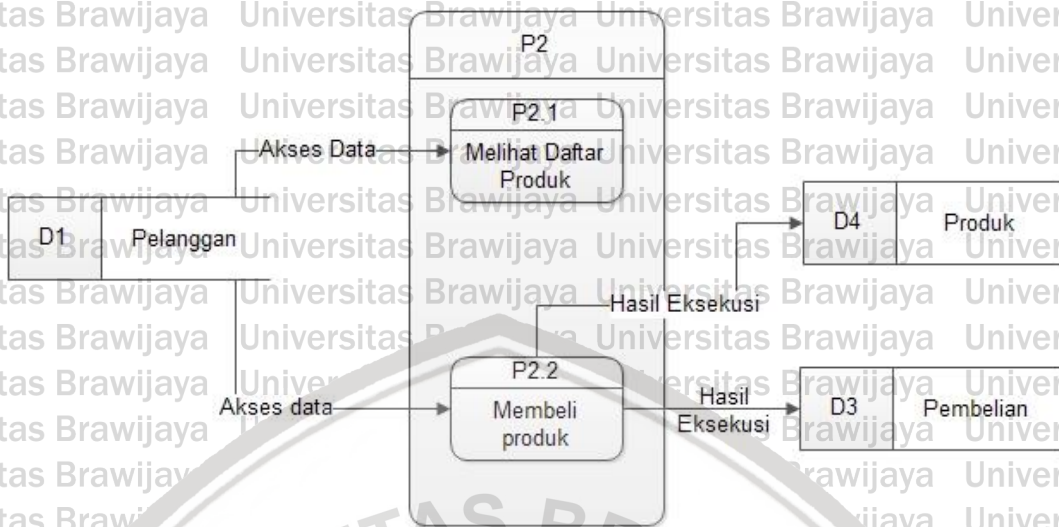


Gambar 4.6.2 DFD Level 1 Proses *Log in* pelanggan

Sumber : Data yang diolah

c) DFD Level 1 Proses Pemesanan pelanggan

Diagram level ini menjelaskan bagaimana proses pelanggan melihat – lihat daftar produk serta harga dan spesifikasi barang, serta melakukan pemesanan. Gambar DFD tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

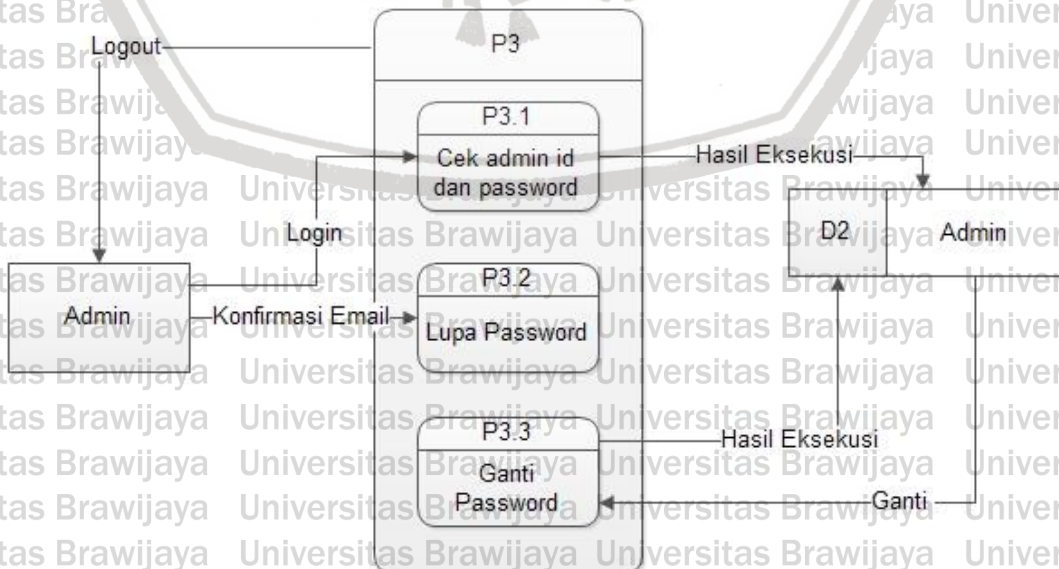


Gambar 4.6.3 DFD level 1 proses pemesanan pelanggan

Sumber : data yang diolah

d) DFD Level 1 Proses login admin

Diagram level ini menjelaskan bagaimana proses login admin dengan memasukkan nama admin dan nama password. Dalam proses ini terdapat proses enkripsi terhadap password yang telah dimasukkan Gambar DFD tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

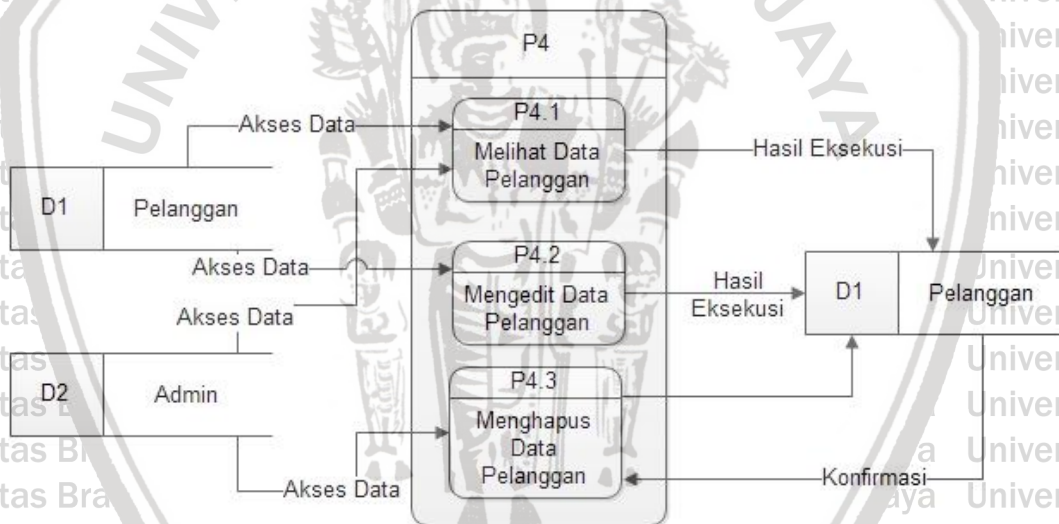


Gambar 4.6.4 DFD Level 1 Proses *log in admin*

Sumber : data yang diolah

e) DFD Level 1 Proses manipulasi data pelanggan

Diagram level ini menjelaskan bagaimana proses pelanggan dapat melihat profilnya sendiri serta melakukan pengeditan kepada *account*nya sendiri, sedangkan admin bisa melihat tiap profil dari *account* pelanggan serta melakukan penghapusan *account* yang dianggap perlu. Gambar DFD tersebut dapat dilihat sebagai berikut:



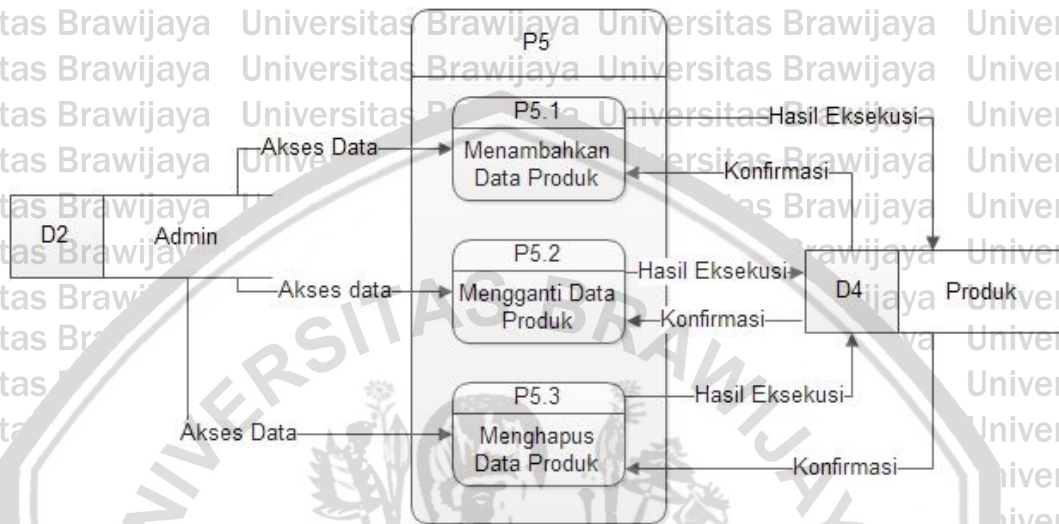
Gambar 4.6.5 DFD Level 1 Proses manipulasi data pelanggan

Sumber : data yang diolah

f) DFD Level 1 Proses manipulasi data produk

Diagram level ini menjelaskan bagaimana proses admin menambah, mengganti dan menghapus data produk kedalam web untuk ditampilkan sehingga nantinya produk perusahaan

akan lebih dikenal oleh masyarakat luas. Gambar DFD tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

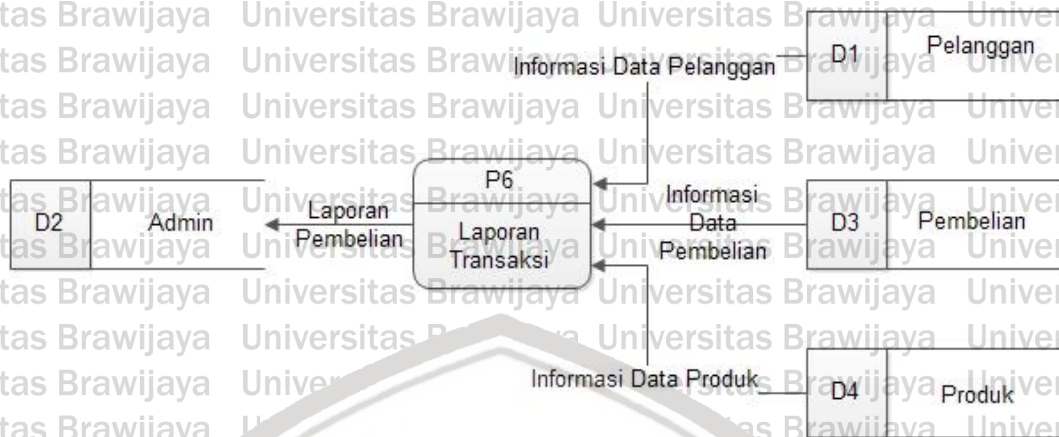


Gambar 4.6.6 DFD Level 1 Proses manipulasi data produk

Sumber : data yang diolah

g) DFD Level 1 Proses laporan transaksi

Diagram level ini menjelaskan bagaimana proses, dalam proses ini dibutuhkan tiga data antara lain data pelanggan, data pembelian dan data produk yang nantinya akan di kirim ke admin. Gambar DFD tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

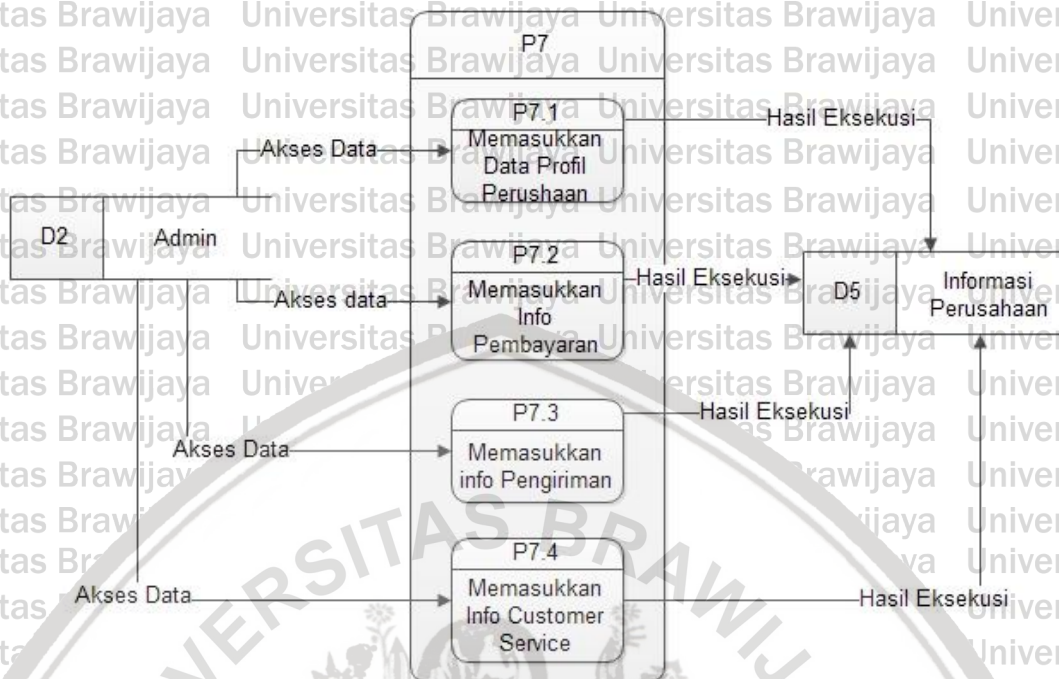


Gambar 4.6.7 DFD Level 1 Proses laporan transaksi

Sumber : data yang diolah

h) DFD Level 1 Proses manipulasi data info perusahaan

Diagram level ini menjelaskan bagaimana proses data profil perusahaan di manipulasi dan disesuaikan dengan data yang ada terkait profil perusahaan, info pembayaran, info pengiriman, info *customer service*. Gambar DFD tersebut dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 4.6.8 DFD Level 1 Proses manipulasi data info perusahaan

Sumber: data yang diolah

2. Desain fisik (*physical design*)

Desain fisik mewakili teknis spesifik seperti kelengkapan informasi, mudah diakses, mudah pengoprasian, tampilan berkualitas dan menarik. Desain fisik dapat menunjukkan bagaimana nantinya sistem yang akan dibuat dapat diterapkan. Secara umum Sistem Informasi Penjualan *e-commerce* yang dibuat ini hanya sebatas pengembangan awal, sehingga belum sebaik mestinya. Namun, pengembangan kearah yang lebih kompleks dan lebih lengkap sangat mungkin untuk bisa dilakukan. Desain yang ada hanya ditunjukkan untuk membantu suatu gambaran yang kongrit, mengingat perusahaan belum memiliki sistem yang serupa. Sistem Informasi Penjualan dapat diakses oleh siapa saja bagi para konsumen, dimana saja,

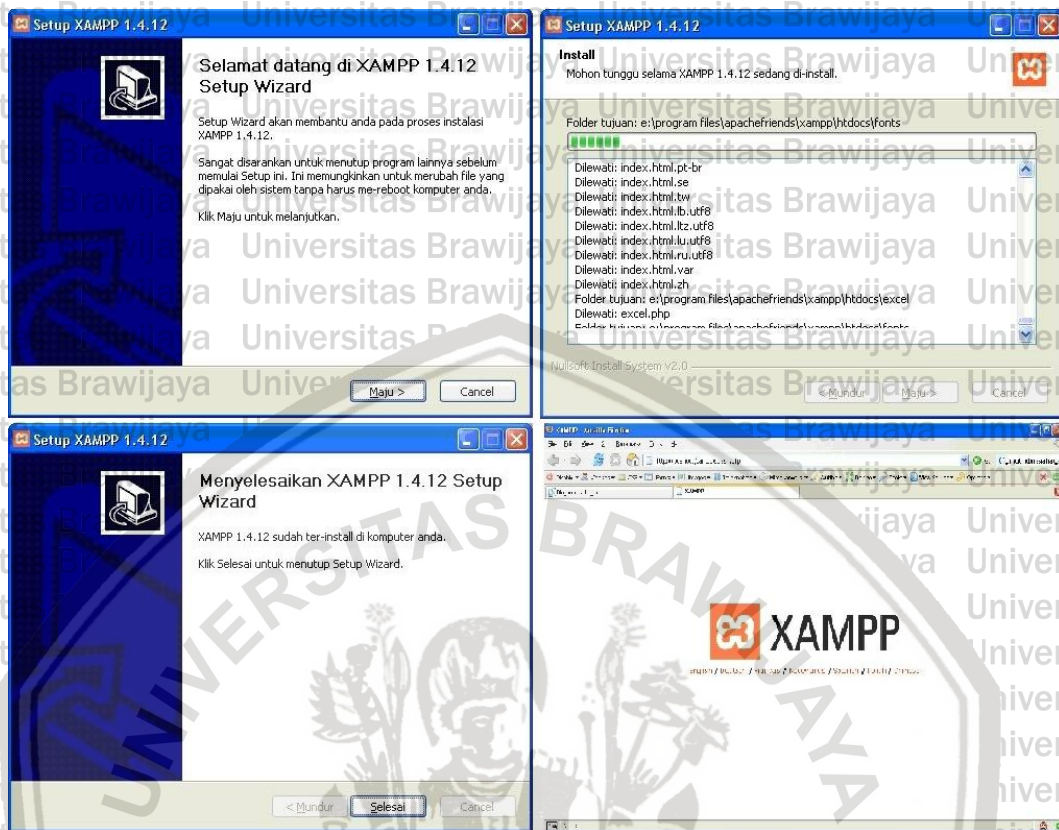
dan kapan saja bisa diakses 24 jam sehari melalui koneksi internet sehingga konsumen bisa memesan dan membeli produk yang dijual CV Adiwahana Computer dengan prosedur yang mudah dan kapan saja bila konsumen membutuhkan, kecuali website *e-commerce* ini tidak bisa diakses pada saat *maintenance*. Setidaknya, informasi mengenai produk CV Adiwahana Computer dapat lebih dikenal oleh masyarakat di seluruh Indonesia dan bisa didapatkan dengan gratis. Bagan struktur menu Perencanaan dan Pembuatan Website Ecommerce sebagai media penjualan elektronik dapat dilihat sebagai berikut:

a. Membangun web

Dalam Mendesain web ini, dilakukan secara offline atau tanpa menggunakan koneksi internet. Adapun hal – hal yang perlu dilakukan dalam membangun dan mendesain web yaitu :

1) Menginstal XAMPP server

XAMPP adalah program aplikasi pengembang yang berguna untuk pengembangan website berbasis PHP dan MySQL, yang dibuat dan dikembangkan oleh *Apache Friend*. Perangkat lunak komputer ini memiliki kelebihan untuk bisa berperan sebagai server web Apache untuk simulasi pengembangan website. Melalui program ini, programmer web dapat menguji aplikasi web yang dikembangkan dan mempresentasikannya ke pihak lain secara langsung dari komputer, tanpa perlu terkoneksi ke internet. Adapun langkah – langkah dalam instalasi xampp adalah :



Gambarn 4.7.1 instalasi xampp server

Sumber : data yang diolah

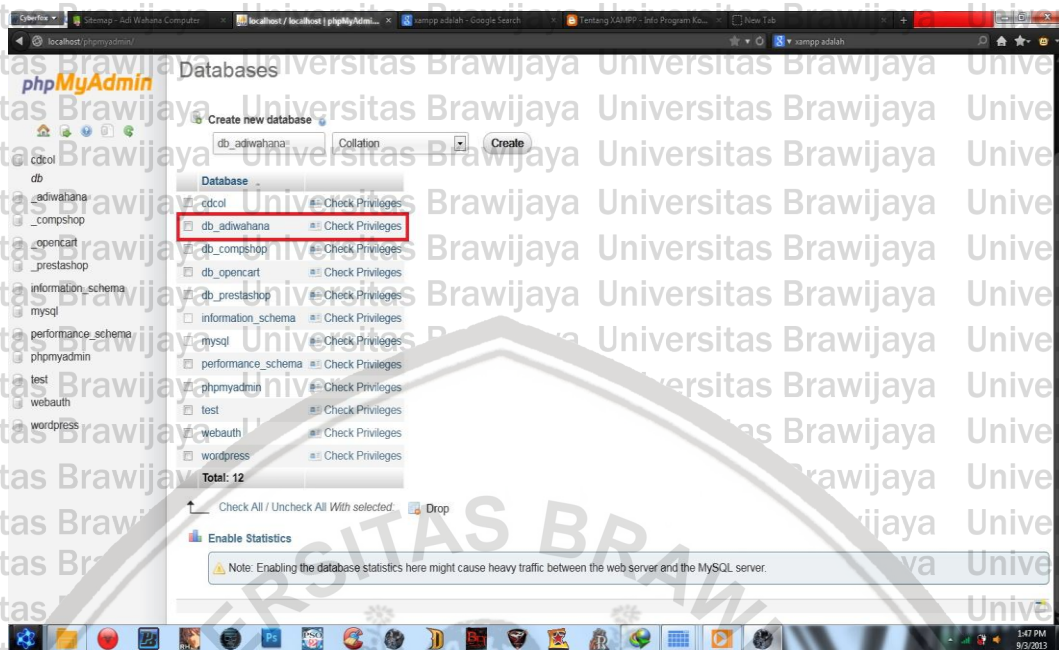
Untuk mngecek xampp sudah bisa digunakan dengan mengetik url di browser <http://localhost/>

2) Membuat database

Dalam proses ini tidak perlu menginstal program untuk membuat database karena dalam xampp sudah terdapat phpmyadmin yang berguna untuk membuat database. Adapun angka – langkah dalam

membuat data base baru sebagai berikut. Masukkan url <http://localhost/phpmyadmin/> kemudian pada bagian menu pilih

Database, maka akan muncul tampilan seperti beikut

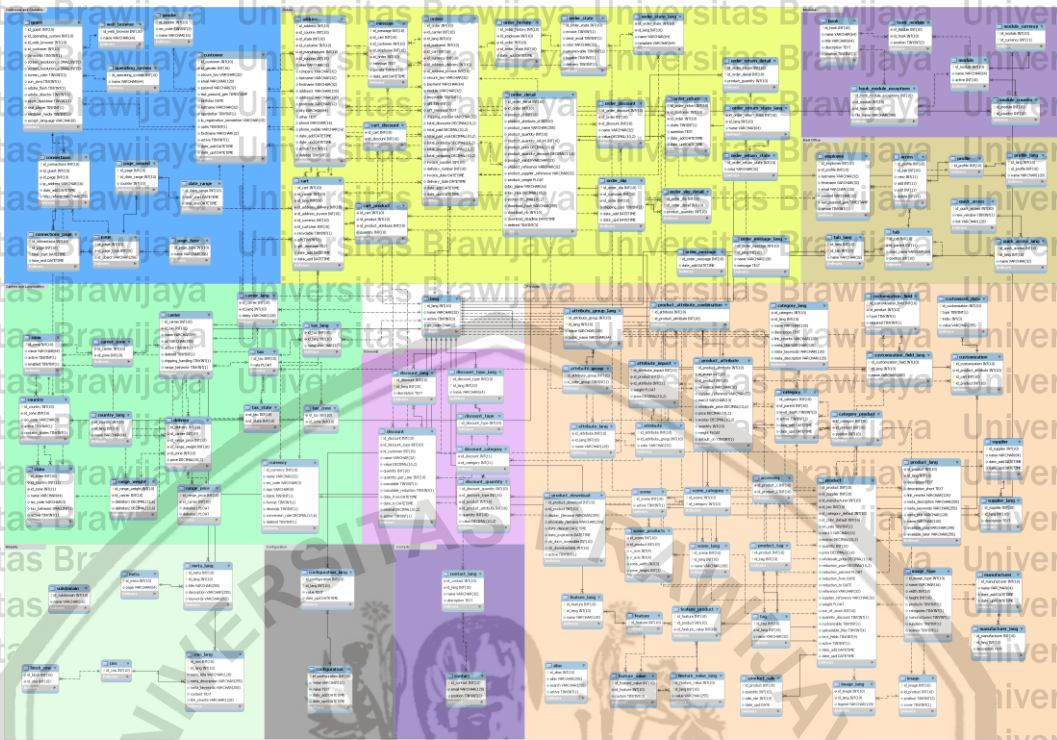


Gambar 4.7.2 hasil pembuatan database

Sumber : data yang diolah

Pada kolom *creat new database* masukkan nama “db_adiwahana” dan *creat*, lalu database yang baru dibuat akan muncul dibawah.

Untuk skema databasenya sebagai berikut.



Gambar 4.7.3 skema database

Sumber : <http://www.davegerton.com/prestashop-guides/Prestashop-Developers-Guide.html>

Untuk skema database bisa dilihat terbagi menjadi beberapa bagian warna. Untuk warna biru tua menunjukkan *customers and statistic*, pada bagian warna kuning menunjukkan *order*, warna ungu menunjukkan *modules*, pada warna biru muda menunjukkan *carriers and localization*, warna merah muda menunjukkan *discounts*, warna putih menunjukkan *frontoffice*, warna abu – abu menunjukkan *configuration*, warna ungu bawah *contacts*, dan terakhir warna oranye menunjukkan *products*.

3) Menginstal aplikasi prestashop

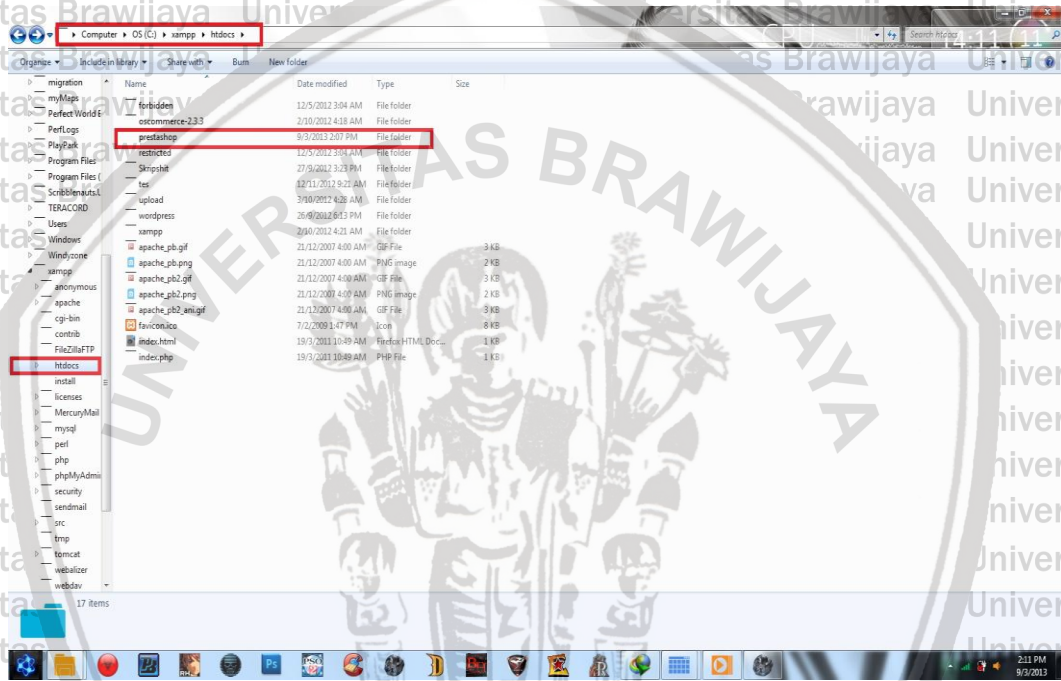
Aplikasi prestashop dapat diunduh secara gratis di

<http://www.prestashop.com/en/download> File biasanya berextensi

(.zip). berikut langkah – langkah dalam instalasi prestashop

1. File yang sudah di download dan extraxt harus diletakkan di

<C:\xampp\htdocs> seperti pada gambar berikut:

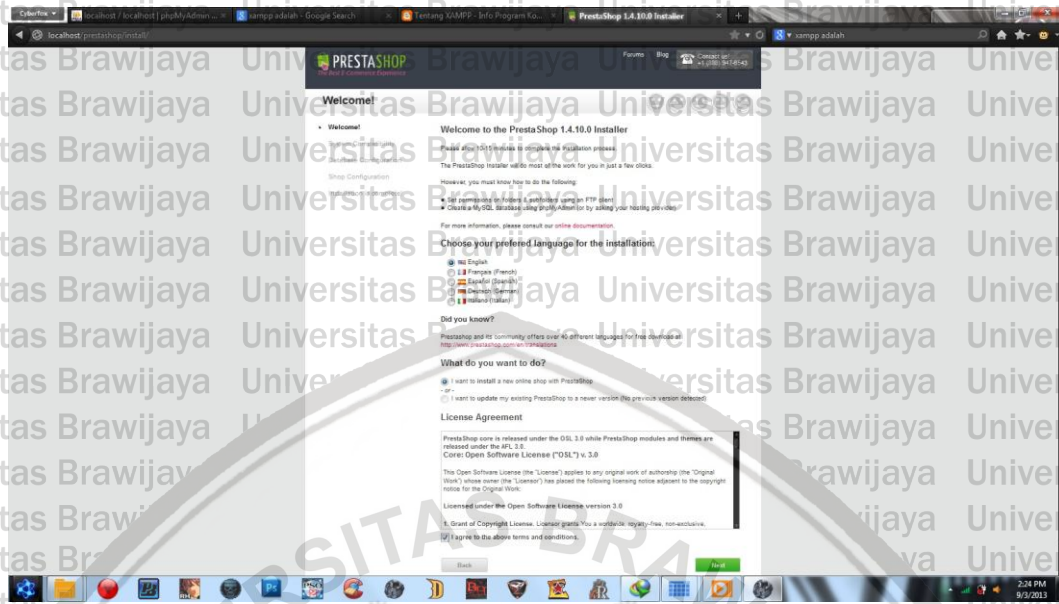


Gambar 4.7.4 instalasi prestashop

Sumber : data yang diolah

2. Kemudian pada browser ketik

<http://localhost/prestashop/install/>

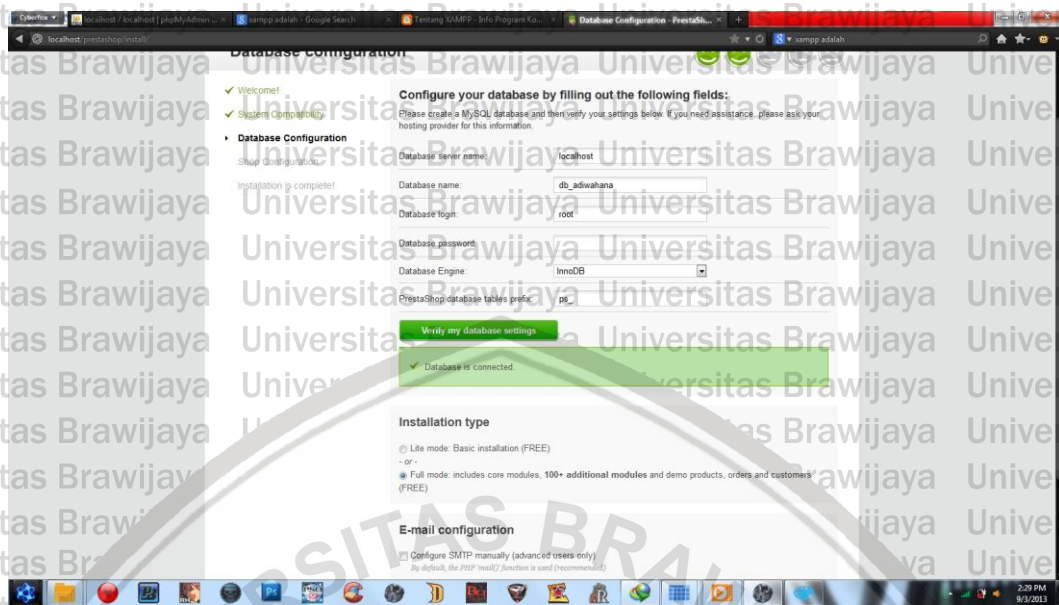


Gambar 4.7.5 instalasi prestashop

Sumber : data yang diolah

3. Pengisian pada kolom *Database Configuration*

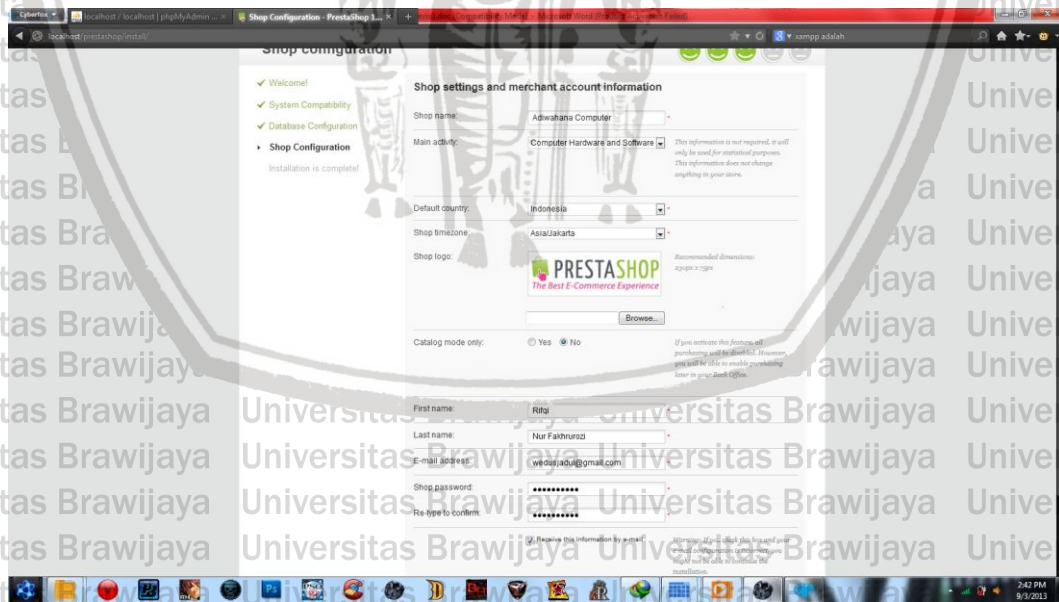
- a. Database server name : localhost
- b. Database name : db_adiwahana
- c. Database login : root
- d. Database password :
- e. Database Engine : InnoDB
- f. Database Table prefix : ps_



Gambar 4.7.6 instalasi prestashop

Sumber: data yang diolah

4. Pada kolom di *shop configuration* isi sesuai keinginan dan dilanjutkan proses instalasi.



Gambar 4.7.7 instalasi prestashop

Sumber: data yang diolah

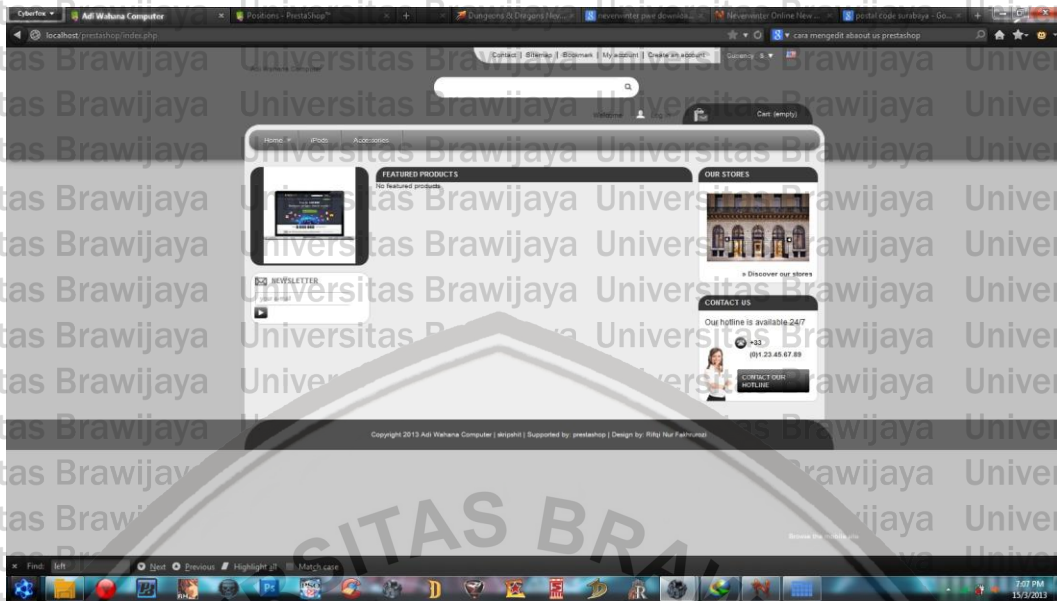
5. Setelah selesai instalasi untuk bisa masuk ke *back office* atau halaman admin harus menghapus folder install di <C:\xampp\htdocs\prestashop\install> dan mengganti folder admin di <C:\xampp\htdocs\prestashop\admin> menjadi <C:\xampp\htdocs\prestashop\adminadiwahana> dan semua folder tersebut terletak di <C:\xampp\htdocs\prestashop>

b. Mendesain web

1) Menginstal template

Berikut langkah – langkah untuk menginstal template:

- a) Download *free template* yang sudah disediakan di forum, download sesuai dengan versi prestashop yang diinstal
- b) File template yang sudah di download, pindah kan ke <C:\xampp\htdocs\prestashop\themes>
- c) Berikut tampilan layout atau template yang sudah diinstal



Gambar 4.8.1 instal template

Sumber: data yang diolah

2) Membuat logo baner header

Dalam sebuah website bagian header biasanya terdapat logo perusahaan. Dan logo tersebut bisa dibuat menggunakan aplikasi corel draw atau adobe photoshop. Berikut logo perusahaan dari Adiwaha Computer



Gambar 4.8.2 logo header

Sumber: data yang diolah

3) Menambahkan animasi slide

Dengan menambah slide animasi didalam halaman index bisa mempercantik dan menarik tampilan website. Gambar yang ada didalam slide bisa digunakan untuk memasang produk – produk yang baru atau produk – produk yang paling sering terjual. Berikut tampilan animasi slide gambar:



Gambar 4.8.3 animasi slide

Sumber: data yang diolah

4) Menghapus footer

Pada bagian bawah halaman index terdapat jarak antara footer dengan *main frame* sehingga perlu dihilangkan dengan cara menghapus beberapa code yang ada di file footer.tpl. Buka file - file yang berlokasi di <C:\xampp\htdocs\prestashop/themes\adiwahanatheme/footer.tpl>

dengan macromedia dreamweaver 8, kemudian hapus code berikut

```
<!-- Footer -->
```

```
{ $HOOK_FOOTER }
```

```
{ if $PS_ALLOW_MOBILE_DEVICE }
```

```
<div class="mobile_switch">
```

```
<p class="center clearBoth">
```

```
<a href="{ $link->getPageLink('index', true) }?mobile_theme_ok">
```

```

```

```
</a> </p> </div> { /if }
```

c. *Input data*

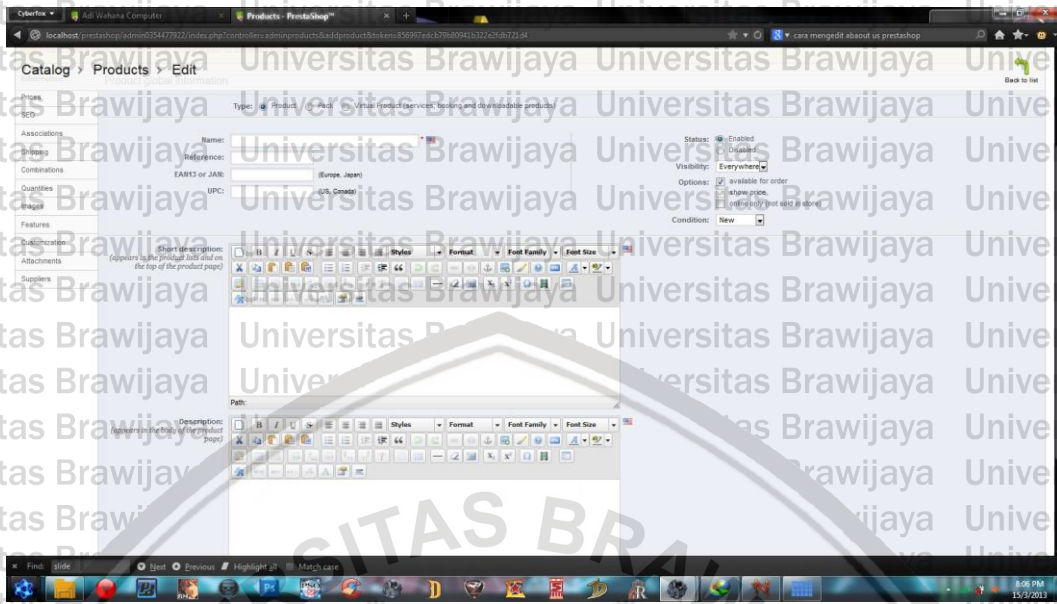
1) Input data produk

Proses dimana produk – produk yang dijual oleh Adiwahana

Computer dimasukkan ke dalam database. Hal – hal yang

dimasukkan antara lain:

1. Harga produk
2. Spesifikasi produk
3. Jumlah produk
4. Gambar produk
5. Meta name



Gambar 4.8.4 input data produk

Sumber: data yang diolah

2) Input data informasi

Proses dimana informasi tentang perusahaan dimasukkan kedalam website. Hal – hal yang perlu dimasukkan ke dalam informasi perusahaan adalah:

1. Profil perusahaan
2. Pengiriman
3. Syarat dan ketentuan
4. Lokasi toko
5. Pembayaran

3) Membuat *shipping* atau pengiriman

Proses pembuatan data *shipping* atau pengiriman diperlukan daftar harga yang ditetapkan JNE. Karena di Indonesia biasanya jasa pengiriman barang yang paling sering digunakan adalah JNE.

Pertama dengan membuat kurir baru dengan nama *JNE Regular*

Service kemudian dihubungkan dengan daftar kota yang menjadi

tujuan kurir. Setelah daftar kota selesai dihubungkan dengan kurir

yang sudah dibuat, kemudian dilanjutkan dengan membuat *price*

range dan *weight range*. Biasanya JNE menggunakan jarak dan

berat barang sebagai acuan biaya pengiriman

d. Instalasi modul

Modul adalah file fungsi yang dapat ditambahkan dan dihilangkan

untuk menyesuaikan dengan kebutuhan web developer pada saat

membangun situs berbasis e commerce tersebut. Dan ada beberapa

modul yang sebenarnya tidak diperlukan untuk di instal. Berikut

beberapa modul yang dibutuhkan dalam pengembangan website

ecommerce Adiwahana Computer:

1) Multi YM Status Block

Digunakan untuk menambahkan menu chatting via yahoo

massanger dibagian sidebar dengan staff yang sedang online.

2) Mandiri Payment

Digunakan untuk menambahkan metode pembayaran melalui

bank mandiri

3) BCA payment

Digunakan untuk menambahkan metode pembayaran melalui bank

BCA

4) Manufacture

Digunakan untuk menampilkan produk dari apa saja yang dijual

Adiwahan Computer Kediri, Seperti : Toshiba, Asus, Apple,dll.

e. Tampilan website e-commerce yang sudah di buat

1) Tampilan index/home

Index adalah halaman yang pertama kali muncul waktu website dibuka. idalam halaman index terdapat shortcut-shortcut yang berfungsi untuk sambungan menuju halaman-halaman lainnya





Gambar 4.9.1 halaman index/halaman muka

Sumber: data yang diolah

2) Tampilan form register

Halaman ini adalah tempat pelanggan baru akan mendaftar dan terdapat beberapa *field* yang harus diisi oleh konsumen yang terdiri dari: *title*, nama depan, nama belakang, alamat email password, dan tanggal lahir

Create your account

YOUR PERSONAL INFORMATION

Title Mr. Ms. Miss

First name *

Last name *

E-mail *

Password *
(5 characters min.)

Date of Birth - - -

Sign up for our newsletter

Receive special offers from our partners

CUSTOMER DATA PRIVACY

The personal data you provide is used to answer to your queries, process your orders or allow you to access specific information. You have a right to modify and delete all the personal information which we hold concerning yourself in the "my account" page.

*Required field

Register

Gambar 4.9.2 form register

Sumber: data yang diolah

3) *Login user*

Pelanggan yang baru saja register bisa login dihalaman berikut, setelah melakukan verifikasi *account* diemail yang tadi didaftarkan

Log in

CREATE YOUR ACCOUNT

Enter your e-mail address to create an account.

E-mail address

Create your account

ALREADY REGISTERED?

E-mail address

Password

Forgot your password?

Log in

Gambar 4.9.3 form login

Sumber: data yang diolah

4) Tampilan spesifikasi produk

Pada halaman ini menunjukkan tampilan spesifikasi produk dan harga produk

ASUS G46WW Extreme Mobile Gaming Laptop

18 890 600,00 Rp

Spesifikasi

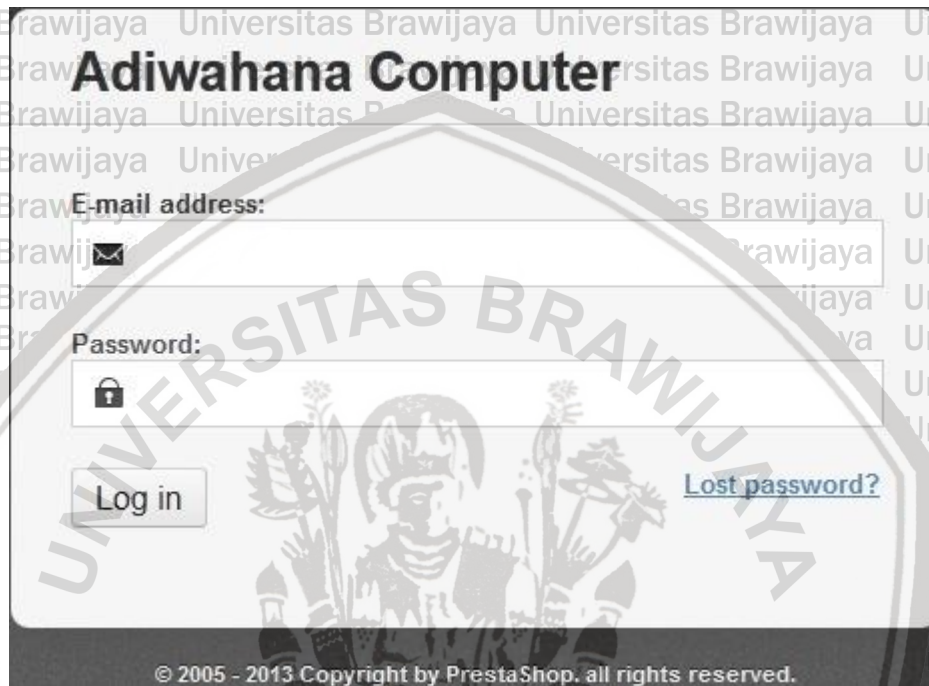
Processor	Intel® Core™ i7 3630QM Processor
System-Operasi	Windows 8
Chipset	Intel® HM77 Chipset
Memori	DDR3 16GB 1600 MHz SDRAM, On-board Memory 8 GB
Display	14.0" HD (1366x768)
Graphics	NVIDIA GeForce GTX 660M 2GB GDDR5 VRAM
Storage	1TB 5400rpm
Card Reader	3-in-1 card reader (SD, MS, MMC)
Camera	HD Web Camera
Networking	IEEE 802.11a/b/g/n 802.11n high Bluetooth™ V4.0+HS (Optional) 10/100/1000/Gigabit Ethernet
Interface	1 x Microphone-in (Jack) 1 x Headphone-out (Jack) (1 x SPDIF) 1 x Video-out (HDMI) (1 x DVI for external monitor) 3 x USB 3.0 (port) 1 x HDMI 1 x RJ45 LAN Jack for LAN insert 1 x HDMI 1 x mini Display Port 1 x SD card reader 1 x AC adapter plug 1 x Thunderbolt port (Optional)
Audio	Built-in Speakers And Array Microphone Built-in 2 Speakers And Microphone ASUS SonicMaster Lite Technology
Baterai	90Wh 6200 mAh
Adaptor Daya	Input: 19V DC, A, 180 W Output: 19V 2.40 V AC, 50/60 Hz universal
Dimensi	345 x 261 x 22 mm (WxDxH) (w/ feet battery)
Berat	2,5 kg (dengan baterai 6 cell)
Jaminan	2 tahun garansi hardware global, *berbeda di setiap negara

Gambar 4.9.4 spesifikasi produk

Sumber: data yang diolah

5) Login admin

Berikut adalah halaman login admin, yang setelah login akan masuk ke *backoffice*



Adiwahana Computer

E-mail address:

Password:

[Lost password?](#)

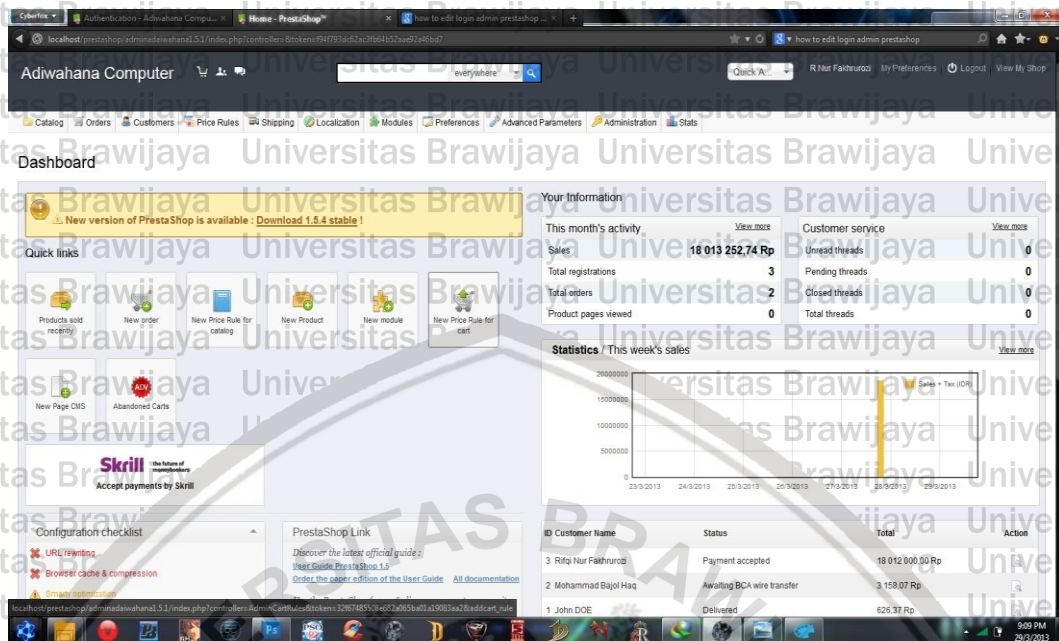
© 2005 - 2013 Copyright by PrestaShop. all rights reserved.

Gambar 4.9.5 log in admin

Sumber : data yang diolah

6) Tampilan *back office*/halaman admin

Halaman ini hanya bisa dibuka oleh admin dan staff yang diberikan hak akses ke *backoffice*, dan staff yang diberi hak juga diberi batasan tidak bisa membuka semua menu yang tersedia di *backoffice*, tidak seperti root admin yang bisa membuka semua menu.



Gambar 4.9.6 halaman admin/backoffice

Sumber: data yang diolah

Keterangan:

- Pada bagian atas terdapat nama perusahaan, beberapa *icon notification*, dan *field search* yang bisa digunakan untuk mencari apapun di *backoffice* (nama pelanggan, produk, modul, dll), profil admin, menu logout, dan menu melihat *frontoffice*.
- Pada baris kedua terdapat *toolbar* yang berisi *catalog* untuk mengolah data produk, *order* untuk mengolah data pemesanan, *customers* untuk mengolah data pelanggan, *price rules* digunakan untuk memberikan diskon, *shipping* untuk mengolah data pengiriman, *localization* digunakan untuk mengolah lokasi yang berhubungan dengan *shipping*, *modules* untuk mengolah modul, *preferences* untuk mengolah tampilan tema, *advanced parameter* untuk melihat kondisi website ecommerce, *administration*

untuk memberikan akses kepada staff hanya admin yang bisa membuka menu ini, *stats* untuk melihat *history* secara umum *frontoffice*.

- Pada baris ketiga terdapat beberapa menu yang sering digunakan pada umumnya semua menu tersebut bisa dibuka lewat *toolbar* yang ada dibaris kedua, dan dibagian kiri terdapat informasi transaksi tiap bulan yang sebenarnya bisa dilihat dimenu *stats*.

3. Desain teknologi

a. Perangkat lunak (software)

Sistem ini dibuat dengan bahasa pemrograman PHP dan MySQL, yang memanfaatkan program prestashop. Pemanfaatan PHP dikarenakan bahasa ini hampir digunakan secara luas diseluruh dunia internet dan database MySQL memiliki kompatibilitas yang tinggi serta mempunyai lisensi *General Public License* (GPL) sehingga penggunaannya gratis dan bisa didistribusikan. Untuk sistem operasi bisa menggunakan windows 98, windows xp, atau versi terbaru.

b. Perangkat Keras (Hardware)

Perangkat keras atau *Hardware* adalah seluruh komponen peralatan yang berbentuk suatu sistem komputer dan peralatan lainnya yang memungkinkan computer melaksanakan tugasnya, termaksud juga mesin - mesin pembantu penyimpanan data dan juga termaksud alat komunikasi lainnya. Untuk menerpakan perencanaan dan pembuatan website sebagai media penjualan elektronik, peneliti memberikan usulan mengenai spesifikasi, yaitu:

Processor : core i7 *second generation extreme edition*

RAM/ memory: 8gb dual

Monitor : SVGA 17”

Keyboard : P/S 2 (110 key)

Mouse : Vtrek

VGA : Atiradeon 5870 *mobile edition*

c. Sumber daya manusia (brainware)

Agar sistem ini dapat bekerja dengan baik, maka diperlukan sumber daya manusia yang memadai. Dalam sistem ini, pihak yang memiliki akses adalah:

- Webmaster/administrator : merupakan pengurus atau orang yang dapat mengoperasikan sistem ini. Pengurus ini harus mengerti tentang internet dan web serta mengerti bagaimana sistem ini bekerja agar dapat mengoperasikannya dengan baik.
- Pimpinan : merupakan pihak yang menyetujui setiap perubahan web ini. Pimpinan juga dapat mengetahui informasi paling update tentang perkembangan teknologi saat ini. Pimpinan juga harus mengerti tentang internet dan mengerti bagaimana sistem ini bekerja.
- Pelanggan atau *customer* : agar dapat memperoleh informasi yang diperlukan, calon *customer* atau pelanggan harus mengerti tentang internet dan web. Sampai saat ini kebanyakan *customer* adiwahana computer adalah para pengguna teknologi yang pastinya sudah

banyak yang mengerti tentang internet dan web sehingga pembuatan sistem ini akan kebutuhan perusahaan bisa dilaksanakan.

D. Transformasi dari manual ke sistem berbasis web

1. Manfaat bagi organisasi

Secara teoritis, dari beberapa tulisan dalam buku Mcleod, Whitten dan Laudon tentang sistem informasi, dapat diambil kesimpulan beberapa manfaat yang dapat diperoleh suatu organisasi yang menerapkan sistem informasi berbasis komputer *computer based information system (CBIS)*.

Manfaat – manfaat tersebut antara lain adalah :

a. Memperluas pasar

Dengan penerapan pemasaran melalui internet perusahaan secara otomatis bisa memperluas pangsa pasar. Karena hanya bermodal internet pelanggan yang berlokasi dimana saja bisa mengakses toko online

Adiwahana Computer

b. Efektif

CBIS mampu menyediakan informasi tanpa harus melibatkan terlalu banyak orang. Tanggung jawab untuk mengelola informasi biasanya

diserahkan kepada pihak yang berwenang dalam hal ini disebut *webmaster* ataupun administrator. Pada sistem informasi yang lebih

kompleks, setiap user yang diberi kewenangan dapat memasukkan data

pada sistem , tetapi data tersebut nantinya akan diolah oleh sistem dan

dikendalikan oleh *admin* atau *webmaster*. agar informasi yang dihasilkan oleh sistem menjadi tepat, berimbang dan relevan.

c. Efisien

Harapan dari dibangunnya sebuah sistem adalah peningkatan efisiensi, baik dari sisi kinerja, waktu dan biaya. peningkatan kinerja didapat karena sistem informasi akan membantu dan mempermudah pekerjaan sehingga nantinya akan mereduksi waktu kerja, dan tentunya akan mengurangi biaya yang dapat ditimbulkan akibat jam kerja lembur karyawan.

d. Menghindari pengulangan

Hal yang penting untuk dihindari dalam sebuah sistem adalah pengulangan, baik pengulangan pekerjaan maupun pengulangan data.

Dalam arti, suatu hal yang sama tidak perlu dikerjakan dua kali atau lebih. Dengan tidak adanya pengulangan data, diharapkan pengulangan pekerjaan tidak terjadi karena user dapat melihat terlebih dahulu apakah suatu pekerjaan telah diselesaikan atau belum.

e. Batasan waktu dan tempat kerja dapat diatasi

Bisnis dapat terus dijalankan tanpa mengenal batas waktu dan tempat karena bisa dioperasikan secara online melalui internet kapan saja dan dimana saja.

f. Digitalisasi proses

Contohnya konsumen dapat membayar tanpa harus datang ke toko, hanya dengan membayar melalui via transfer antar rekening Bank dan

perusahaan dan perusahaan bisa langsung mengirim barang yang dibutuhkan melalui jasa pengiriman barang. Hal ini tentu saja menghemat waktu dan tenaga konsumen

2. Manfaat bagi pihak luar

Dengan adanya website ecommerce sebagai media penjualan elektronik, kegiatan promosi CV Adiwahana Computer dapat lebih efektif dan efisien.

Penggunaan waktu, biaya, dan tenaga juga dapat dikurangi dan aliran data serta informasi yang dibutuhkan *customer* atau pelanggan dapat menjadi cepat dan mudah karena dapat diakses 24 jam *non stop*. *Customer* juga dengan cepat dapat mengetahui segala informasi di CV Adiwahana Computer Kediri apabila ingin memesan salah satu produk perusahaan. Beberapa manfaat *website ecommerce* bagi pelanggan:

a. Akses 24 jam / 7 hari

Konsumen dapat mengakses atau mencari informasi tentang produk yang dibutuhkan hanya dengan mengakses website ecommerce toko Adiwahana Computer

b. Perbandingan harga

Biasanya pelanggan yang akan membeli suatu produk selalu membandingkan harga dari banyak toko, hal ini bisa dilakukan hanya dengan mengunjungi berbagai situs yang berbeda, tidak perlu datang ke toko.

c. Proses pembelian yang mudah

Konsumen dapat mendapatkan barang yang dibutuhkan hanya dengan memesan produk melalui website, kemudian melakukan pembayaran di atm terdekat dengan mentransfer sejumlah uang ke rekening toko

Adiwahan Computer, barang akan langsung dikirim ke lokasi pembeli

d. *Live chat* dengan CS

Pelanggan dapat juga mengakses dan menanyakan kepada pihak CV

Adiwahana Computer mengenai hal – hal yang kurang jelas. Dalam hal

ini. Web CV Adiwahana Computer menyediakan *contact person*

melalui fitur Yahoo Messenger yang bisa langsung menanyakan

kepada pihak perusahaan dan itu sangat diperlukan guna

perkembangan perusahaan.



3. Perbedaan sistem lama dengan sistem baru

Kesimpulan dari manfaat yang diperoleh perusahaan saat menggunakan *website e-commerce* dibanding dengan menggunakan sistem informasi penjualan *offline/manual* sebagai berikut:

Tabel 4.1

Perbandingan sistem lama dengan sistem baru

No	Sistem Lama	Sistem Baru
1	Sistem tidak dapat menyediakan layanan selama 24 jam nonstop kepada pelanggan, hanya mulai jam 09.00 – 17.00	Sistem mampu menyediakan layanan selama 24 jam nonstop kepada pelanggan
2	Kegiatan pemasaran hanya dilakukan di kota kediri dan sekitarnya	Kegiatan pemasaran bisa dilakukan di seluruh indonesia bahkan keluar negeri
3	Pelanggan harus datang ke toko untuk melakukan transaksi pembelian	Pelanggan bisa membeli barang dari mana saja dan kapan saja, selama terhubung dengan internet
4	Pelanggan bisa mengecek kondisi barang secara langsung	Pelanggan hanya bisa melihat kondisi barang dari foto – foto yang di unggah di <i>website e-commerce</i>
5	Customer Service hanya bisa melayani pelanggan melalui via telepon atau langsung datang ke toko	Pelanggan bisa berhubungan dengan CS melalui Yahoo <i>messenger</i> yang tersedia di <i>website e-commerce</i>
6	Bisnis hanya bisa dijalankan ketika berada di toko	Bisnis bisa di jalankan dari mana saja dan kapan saja selama terhubung dengan internet
7	Biaya promosi mahal karena membutuhkan banyak kertas dan tinta untuk mencetak brosur dan tidak menarik	Biaya promosi lebih murah karena hanya perlu menyewa domain dan webhost dan lebih menarik dengan tambahan animasi

E. Proposisi

Tujuan terpenting dari penelitian kualitatif adalah proposisi atau pernyataan yang harus dibuat dengan hati – hati dan tersusun. Menurut (Creswell, 2007:103)

interrelationship between design and approach with the purpose statment, a statement that provides the major objective or intent, or “road map” to the study.

Proposi dari penelitian ini adalah :

“Jika sistem *website e-commerce* digunakan pada sistem informasi penjualan di CV Adiwahana Computer Kediri, maka akan dapat memberikan informasi lebih cepat ke pelanggan dan dapat memperluas daerah pemasaran”

F. Keterbatasan penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti memiliki beberapa keterbatasan.

Keterbatasan tersebut adalah

a. Waktu studi

Waktu studi peneliti yang terbatas mengakibatkan peneliti tidak dapat terjun lebih dalam untuk membantu memecahkan dan memberi solusi atas hambatan yang dialami CV Adiwahana Computer

b. Biaya

Terbatasnya biaya yang dimiliki oleh peneliti membuat kemampuan peneliti dalam mengembangkan sistem menjadi terbatas, karena dibutuhkan biaya yang cukup besar untuk membangun sebuah sistem yang baik

c. Tenaga

Peneliti masih menjalani proses perkuliahan selama melakukan penelitian di CV Adiwahana Computer , sehingga dibutuhkan kosentrasi ekstra dalam melakukan penelitan ini. Sehingga peneliti tidak dapat memberikan seluruh solusi yang dibutuhkan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis dan desain perencanaan dan pembuatan website sebagai media penjualan elektronik pada CV Adiwahana Computer, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. CV adiwahana Computer memiliki potensi yang cukup baik sebagai salah satu perusahaan dagang dalam bidang Computer dan Hardware yang mendapat kepercayaan untuk membantu masyarakat dalam memberikan layanan. Potensi yang dimiliki oleh CV Adiwahana Computer Kediri adalah:

- a. Banyaknya pelanggan luar kota yang datang langsung ke toko Adiwahana Computer Kediri
- b. Bekerja sama langsung dengan accer point, astrindo cabang surabaya
- c. Tersedianya fasilitas dalam menunjang kegiatan CV adiwahana Computer dari komputer dan jaringan internet. Beberapa kegiatan perusahaan sudah menggunakan komputer seperti, pencatatan data produk, membuat laporan setoran *customer*, dan lain lain.
- d. Memiliki karyawan yang ahli dalam masing – masing bagian
- e. Hal – hal lain yang mungkin belum dapat ditemukan peneliti

Bila potensi – potensi tersebut dapat dikembangkan lagi, maka semua pihak akan dapat melihat bagaimana CV Adiwahana Computer sebenarnya dan bagaimana kontribusi yang dapat diberikan CV

Adiwahana Computer untuk memenuhi dan menyalurkan kebutuhan konsumen

2. Desain dalam penerapan analisis dan desain website ecommerce sebagai media penjualan elektronik akan mampu membantu mengembangkan potensi yang dimiliki CV Adiwahana Computer, sehingga dapat meningkatkan kinerja dalam kegiatan penjualan agar CV Adiwahana Computer dapat lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas. Selain itu juga dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat.

B. Saran

Dalam pengembangan kedepan, perbaikan adalah faktor yang harus dilakukan jika menginginkan sebuah sistem yang baik, karena analisis dan desain website ecommerce sebagai media penjualan elektronik yang dibuat ini hanya sebatas proyek awal yang nantinya masih membutuhkan pengembangan dan penyempurnaan. Berikut adalah saran yang dapat diberikan, yaitu antara lain:

1. Fasilitas yang ada harus lebih ditingkatkan mengingat saat ini fasilitas yang dimiliki terbatas.
2. Diperlukan karyawan atau tenaga khusus (*webmaster*) untuk mengelola sistem ini agar dapat bekerja dengan baik dan pembagian pekerjaan (*job discription*) jelas
3. Fitur dan kegunaan sistem ini harus dikembangkan lagi agar dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dan sebagai layanan masyarakat.

4. Keamanan sistem harus lebih ditingkatkan karena sistem ini berkembang ke arah yang lebih profesional untuk dapat menyediakan informasi yang baik.
5. Agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang mengunjungi suatu website, diharapkan untuk selalu melakukan peng-update'an website secara berkala sehingga website menjadi lebih dinamis karena informasi didalamnya selalu mengikuti perkembangan yang up to date
6. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan sistem ini yang lebih *commercial* karena bisa mendapatkan keuntungan pasif. Selain bisa manjadi alat publikasi dan promosi, sistem ini dapat memberikan keuntungan pasif seperti penempatan iklan pihak lain dalam web ini
7. Perlu adanya perawatan (*maintenance*) terhadap *hardware* maupun *software* yang terencana dan rutin

CURRICULUM VITAE

Nama : Rifqi Nur Fakhrurozi
NIM : 0910320128
Tempat dan tanggal lahir : Kediri, 31 Mei 1991
Alamat Asal : Jl. Raya Ngadiluwih No 69 Purwokerto Kediri
Alamat Malang : Jalan Simpang Candi Panggung No 132, Malang
Pendidikan : - SD Negeri 1 Ngadiluwih tamat tahun 2003
- SMP Negeri 1 Ngadiluwih tamat tahun 2006
- SMA Negeri 1 Kediri tamat tahun 2009
- Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu
Administrasi Universitas Brawijaya tahun 2009 –
sekarang.
Karya Ilmiah : Analisis dan Desain Website E-Commerce sebagai
Media Penjualan Elektronik (Studi pada CV
Adiwahana Computer Kediri)





CV. ADIWAHANA COMPUTER

Get Maximum Satisfaction in Information Technology

Ruko Hayam Wuruk Trade Centre Blok D-5 Kediri
Telp. (0354)694040-41 Fax. (0354)694043

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama : Nunung Ernawati
2. Jabatan : Manajer Penjualan

Dengan ini menerangkan bahwa :

1. Nama : Rifqi Nur Fakhrurozi
2. NIM : 0910320128
3. Universitas : Universitas Brawijaya

Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis

Telah selesai melaksanakan riset selama 13 hari (2 minggu) terhitung mulai tanggal 11 Maret – 22 Maret 2013 di CV Adiwahana Computer Kediri. Demikian Surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagai mana mestinya

Kediri, 23 April 2013

Manajer Penjualan

AUC CV. ADIWAHANA COMPUTER
Telp. (0354) 694040-41
Fax. (0354) 694043

Nunung Ernawati