

ANALISIS DAN PERANCANGAN SITUS *WEB* PENJUALAN PADA PT. BINA BARATHA MANGGALA

Akhmad Budi ¹⁾ dan Christine Sanjaya ²⁾

¹⁾ Staf Pengajar Program Studi Teknik Informatika
Institut Bisnis dan Informatika Indonesia (IBII)
Jl. Yos Sudarso Kav.87 Sunter Jakarta Utara 14350

<http://www.akhmad.budi@ibii.ac.id>

<http://www.christine.sanjaya@ibii.ac.id>

ABSTRACT

At the present time, technology is growing by leaps and bounds. Many people who keep abreast of technological developments, one of them is the internet. One of the business or enterprise that uses the internet to support its performance is e-commerce. Many benefits of using the web in trade, such as for marketing and sales. PT Bina Baratha Manggala is a company engaged in the lubricants industry. In the process of business, marketing is done manually by a direct marketing meeting and introduced the company's products to prospective customers. In the sales process, customers purchase products by contacting the company. The purpose of this research is to design a website to expand marketing and make the sales process on-line.

This website was designed based on the golden rule in designing the user interface, and is written in PHP easy HTML using Macromedia Dreamweaver 8. The design of this website also uses MySQL database to design normalized tables, and XAMPP to connection to the database server.

The collection of user requirements and other informations was done by interviewing staff and the owner of PT Bina Baratha Manggala. Designed system is illustrated with a data flow diagram and entity relationship diagrams. A data dictionary is used as a source of data for the process of normalization, resulting the tables in the database.

This website provides not only information to visitors about PT Bina Baratha Manggala and products provided, but also on-line sales features. Sales processes will be done through payment confirmation either from member or administrator.

The conclusion of research is, that this website can help business processes in PT Bina Baratha Manggala sales process on-line and also in managing the sales data, and provide useful information in the resulting reports that is useful to the owner.

Keywords: web site, e-commerce, sales, information.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penulisan

Pada masa sekarang ini, teknologi semakin berkembang dengan pesat. Banyak orang yang terus mengikuti perkembangan teknologi tersebut, salah satunya adalah internet. Internet merupakan salah satu infrastruktur yang terjangkau dan paling banyak digunakan sebagai fasilitas dalam menjalankan bisnis atau usaha tertentu. Salah satu bisnis atau usaha yang menggunakan jaringan internet untuk mendukung kinerjanya adalah *e-commerce*. Banyak keuntungan yang didapat dengan *e-commerce*, misalnya untuk membantu pemasaran dan penjualan. Selain itu, dengan menjalankan bisnis menggunakan internet (*e-commerce*), maka bisnis tersebut

dapat diakses di mana saja dan kapan saja dengan biaya yang relatif murah.

Perusahaan Bina Baratha Manggala adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang industri minyak pelumas. Perusahaan ini berada di Grand Pluit Mal Blok C-2, Jalan Raya Pluit Selatan, Jakarta Utara, sedangkan lokasi pabrik perusahaan ini berada di Jalan Raya Cikande Rangkas Bitung, Desa Kareo, Kecamatan Jawilan, Kabupaten Serang, Propinsi Banten. Beberapa produk yang dihasilkan oleh perusahaan Bina Baratha Manggala antara lain: *automotive oil*, *industry oil*, *sugar mill*, minyak rem (*brake fluid*), *marine oil*, dan *grease*. Merek produk yang dihasilkan oleh perusahaan ini yaitu *Speed* dan *Big*. Selain itu, ada beberapa merek minyak

pelumas yang berkerja sama dengan perusahaan ini, antara lain: *Hi-Tech*, *Sonic*, *Gulf*, *Total*, dan beberapa rekan perorangan.

Dalam proses bisnisnya, pemasaran dilakukan secara manual oleh pemilik yang langsung bertemu dan memperkenalkan produk perusahaan kepada calon pelanggan. Hal tersebut tentu saja memerlukan biaya operasional khusus dari perusahaan dan memakan waktu. Pada proses penjualan, pelanggan membeli produk dengan cara menghubungi perusahaan. Hal ini memungkinkan terjadinya kesalahan pencatatan barang pesanan, tertukarnya pesanan pelanggan, dan pelanggan tidak dapat mengetahui ketersediaan produk yang dijual. Pemilik perusahaan ingin membuat sebuah situs *web* agar mempermudah pemasaran dan penjualan produknya ke berbagai wilayah. Selain itu, pihak pembeli dan pihak perusahaan juga lebih mudah dalam melakukan transaksi dan menghemat waktu mereka.

1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan dasar penting dalam kegiatan penelitian. Oleh karena itu, penulis merasa perlu membuat identifikasi masalah yang akan diteliti. Masalah yang penulis temukan antara lain:

- a. Pemasaran produk dilakukan oleh pemilik yang harus bertemu langsung dengan calon pelanggan sehingga kurang efisien dalam hal waktu, akibatnya perusahaan perlu mengeluarkan biaya operasional khusus dalam melakukan pemasaran.
- b. Keterbatasan pelanggan dalam melihat jenis-jenis produk dan ketersediaan produk yang dijual.
- c. Pelanggan sulit untuk mengetahui informasi terbaru yang diberikan oleh perusahaan.
- d. Perusahaan sulit untuk memperluas pangsa pasar dan memperkenalkan produk-produk perusahaan karena kurangnya media penyampaian kepada masyarakat.
- e. Data pelanggan dan data transaksi penjualan hanya disimpan dalam bentuk *hardcopy* sehingga memungkinkan terjadinya kehilangan data pelanggan.
- f. Kurangnya interaksi antara perusahaan dengan pelanggan karena kurangnya

media untuk berinteraksi, contohnya pelanggan harus menelepon ke kantor untuk bertanya hal sederhana yang harusnya cukup dengan *chatting* seperti menggunakan *yahoo messenger*.

Informasi yang ada belum dapat mendukung manajemen untuk mengambil keputusan yang cepat mengenai laporan penjualan, dan laporan lainnya, seperti: laporan produk yang paling banyak dibeli oleh pelanggan, laporan produk yang paling disukai oleh pelanggan, laporan *request new product* dari pelanggan, laporan penjualan, dan lain-lain.

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan agar menghasilkan suatu situs *web* yang dapat digunakan untuk mengetahui produk-produk yang disediakan oleh PT. Bina Baratha Manggala kepada pelanggannya dan menyediakan fasilitas penjualan *on-line*.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mengatasi masalah-masalah yang telah disebutkan pada identifikasi masalah, maka situs *web* yang dirancang akan menghasilkan:

- a. Proses pemasaran dan penjualan barang secara *on-line*.
- b. Informasi jenis produk yang dijual dan harganya.
- c. Interaksi langsung antara pelanggan dengan admin melalui *yahoo messenger* ketika admin *on-line*.
- d. Penyediaan informasi kepada pihak manajemen mengenai:
- e. Daftar transaksi penjualan per transaksi.
- f. Laporan transaksi penjualan berdasarkan produk.
- g. Laporan produk yang paling banyak dibeli oleh pelanggan.
- h. Laporan produk yang paling disukai oleh pelanggan.
- i. Laporan *request new product* dari pelanggan.
- j. Laporan transaksi penjualan hari ini.
- k. Laporan transaksi penjualan bulanan.
- l. Laporan transaksi penjualan tahunan.
- m. Laporan status *order*.
- n. Laporan *history order*.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Bagi perusahaan:

- a. Untuk membantu memperluas pemasaran (pangsa pasar).
- b. Untuk mempermudah transaksi penjualan.
- c. Untuk membantu mengurangi biaya operasional perusahaan.
- d. Data pelanggan, barang, dan transaksi penjualan lebih aman karena selain dicetak, juga tersimpan di basis data.

1.5.2. Bagi pelanggan:

- a. Untuk mempermudah transaksi pembelian.
- b. Untuk menghemat waktu pemesanan.

1.5.3. Bagi pengunjung situs web:

- a. Untuk mengetahui produk-produk apa saja yang disediakan atau dijual oleh perusahaan.
- b. Untuk mengetahui daftar produk, deskripsi barang, dan harga barang yang paling baru.
- c. Dapat berinteraksi langsung dengan admin dengan yahoo messenger (jika admin sedang *on-line*).
- d. Untuk mengetahui *event-event* atau promo-promo yang diberikan oleh perusahaan.
- e. Untuk mengetahui informasi-informasi yang disediakan oleh perusahaan (info bengkel motor dan mobil, dan harga bahan bakar minyak di SPBU Pertamina).
- f. Dapat melihat respon-respon yang diberikan dari *member* terhadap perusahaan melalui testimonial.

2. LANDASAN/KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. E-Commerce

Menurut Jeffrey L. Whitten, Lonnie D. Bentley dan Kevin C. Dittman (2004: 21-22) *E-commerce* adalah pembelian dan penjualan barang

dan layanan dengan menggunakan internet. *E-commerce* dibagi menjadi tiga bentuk, yaitu:

1. Pemasaran *image*, produk, dan layanan perusahaan.

Web hanya digunakan untuk memberi informasi kepada pelanggan mengenai produk, layanan, dan kebijakan.

2. Perdagangan elektronik *business to business* (B2B).

Perdagangan jenis ini mencakup pemrosesan yang lengkap, tanpa kertas dan digital terhadap semua transaksi bisnis secara *virtual* yang muncul di dalam dan di antara bisnis.

3. Perdagangan elektronik *business to customer* (B2C).

Di dalam perdagangan jenis ini pelanggan dapat meneliti, memesan, dan membayar produk secara langsung melalui internet.

Kelebihan-kelebihan *e-commerce* menurut Awad (2002: 13-16) antara lain:

1. Biaya yang murah
2. Ekonomis
3. Meningkatkan keuntungan
4. Layanan pelanggan yang lebih baik
5. Perbandingan belanja yang cepat
6. Perbaikan produktivitas
7. Kerjasama
8. Pasar pengetahuan
9. Pembagian, kenyamanan, dan pengendalian informasi
10. Pertukaran barang dan jasa
11. Kustomisasi

Menurut Loshin dan John Vacca (2004: 21) elemen-elemen penting dalam membangun *e-commerce* adalah sebagai berikut:

1. Nama
2. Tampilan halaman awal situs menarik
3. Cara pembayaran yang mudah
4. Keamanan
5. Promosikan situs

2.1.2. E-Business

Menurut Budi Sutejo Dharma Oetomo (2001: 97) *e-business* merupakan suatu istilah yang digunakan untuk memberi nama pada kegiatan-

kegiatan bisnis yang dilakukan melalui internet. Adapun situs-situs *e-business* merupakan tempat usaha yang dibuka di internet oleh para pengusaha, melalui situs-situs tersebut dapat dilakukan kegiatan-kegiatan bisnis seperti promosi, penjelasan produk, hingga terjadinya transaksi. Untuk memanfaatkan fasilitas *e-business* tersebut, dibutuhkan komponen-komponen dasar seperti :

1. Mempunyai kartu kredit dan *account* sebagai alat pembayaran.
2. *Virtual shop* yang dibangun dalam sebuah *homepage* internet.
3. Jalur transaksi pembayaran yang jelas agar dapat memberikan jaminan bagi perusahaan penjual produk-produk untuk memperoleh pembayaran dari pembeli.

2.1.3. Internet

Menurut Sebesta (2003: 3) internet adalah kumpulan dari jaringan komputer yang dihubungkan dengan jaringan komunikasi dan saling berkomunikasi melalui *Transmission Control Protocol / Internet Protocol* (TCP/IP).

2.1.4. Web

Menurut Laudon dan Traver (2004: 117) *World Wide Web* atau *web* adalah salah satu layanan paling populer yang disediakan oleh internet yang menyediakan akses ke lebih dari miliaran halaman *web* yang diciptakan oleh bahasa pemrograman yang disebut HTML dan dapat mengandung teks, grafik, audio, video, dan objek-objek lainnya seperti *hyperlinks* yang memungkinkan pengguna berpindah dari satu halaman ke halaman lainnya.

2.1.5. Eight Golden Rules

Menurut Ben Schneiderman dan Catherine Plaisant (2005: 74-75) ada delapan aturan emas (*eight golden rules*) yang perlu diperhatikan dalam merancang sebuah tampilan layar, yaitu:

1. Desain harus konsisten antara satu halaman dengan halaman lainnya.
2. Ada dialog penutup ketika pengguna selesai menggunakan program.
3. Ada *short-cut* untuk *expert-user*.

4. Mengurangi beban ingatan jangka pendek (pengguna jangan diminta untuk menghafalkan banyak perintah).
5. Umpan balik dari sistem yang informatif (dapat dimengerti oleh pengguna)
6. Pusat kendali ada di tangan pengguna.
7. Ada pembatalan aksi (*undo*)

2.1.6. ERD (*Entity Relationship Diagram*)

Menurut Al bahra bin Ladjamudin (2005: 142) ERD atau *entity relationship diagram* merupakan suatu model jaringan yang menggunakan susunan data yang disimpan dalam sistem secara abstrak.

2.1.7. DFD (*Data Flow Diagram*)

Menurut Jogiyanto (2005: 700) DFD atau *data flow diagram* adalah diagram yang digunakan untuk menggambarkan suatu sistem yang telah ada atau sistem baru yang akan dikembangkan secara logika tanpa mempertimbangkan lingkungan fisik data tersebut mengalir dan lingkungan fisik data tersebut akan disimpan.

Menurut Al Bahra bin Ladjamudin (2005: 64) diagram aliran data merupakan model dari sistem untuk menggambarkan pembagian sistem ke modul yang lebih kecil. Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa DFD adalah model sistem yang digunakan untuk menjelaskan alur sistem namun lebih terperinci.

2.1.8. Kamus Data

Menurut Tata Sutabri (2003: 170) kamus data merupakan katalog fakta, tentang data, dan kebutuhan informasi dari suatu sistem informasi.

2.1.9. Normalisasi

Definisi menurut Al Bahri bin Ladjamudin (2005: 169) normalisasi adalah suatu proses memperbaiki atau membangun dengan model data relasional, dan secara umum lebih tepat dikoneksikan dengan model dan logika.

Menurut Whitten, Bentley, dan Dittman (2004: 306-307)

normalisasi adalah teknis analisis data yang mengatur atribut data dalam kelompok untuk membentuk entitas yang non-redundan, stabil, fleksibel, dan mudah beradaptasi. Normalisasi merupakan teknik tiga langkah, yaitu:

a. First normal form

Entitas yang atributnya memiliki tidak lebih dari satu nilai untuk contoh tunggal entitas tersebut.

b. Second normal form

Entitas yang atribut *nonprimary-key*-nya hanya tergantung pada *full primary key*.

c. Third normal form

Entitas yang atribut *nonprimary-key*-nya tidak tergantung pada atribut *nonprimary-key* yang lain.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa normalisasi adalah teknis analisis data menggunakan model data relasional dan dikoneksikan dengan logika, yang mengatur atribut data dalam kelompok untuk membentuk entitas yang non-redundan, stabil, fleksibel, dan mudah beradaptasi.

2.1.10. PT (Perseroan Terbatas)

Menurut Soemarso (2004: 23) PT (Perseroan Terbatas) adalah badan hukum terpisah yang dibentuk berdasarkan hukum, dan pemiliknya dibagi dalam saham-saham.

2.1.11. Penjualan

Menurut Mulyadi (2001: 204) penjualan merupakan salah satu kegiatan dalam perekonomian yang mengakibatkan berpindahnya hak milik dari penjual kepada pembeli yang menerima imbalan tertentu sesuai dengan kesepakatan.

Menurut Mulyadi (2001: 455) penjualan tunai adalah penjualan yang dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mewajibkan pembeli untuk melakukan pembayaran terlebih dahulu sebelum barang diserahkan perusahaan kepada pembeli.

Menurut Mulyadi (2001: 210) penjualan kredit adalah penjualan yang dilaksanakan perusahaan dengan cara mengirimkan harga sesuai *order* yang diterima dari pembeli dan untuk jangka

waktu tertentu perusahaan mempunyai tagihan kepada pembeli tersebut.

2.1.12. CSS (*Cascading Style Sheets*)

Menurut Bartlett (2006: 9) *Cascading Style Sheets* adalah nama sebuah bahasa sederhana yang memungkinkan untuk mengatur bagaimana dokumen ditampilkan oleh *web browser*. CSS dapat mengubah berbagai aspek tampilan dari sebuah halaman *web-font*, warna, tata letak, grafis, *link*, dan masih banyak lagi. *Cascading Style Sheets* dapat memisahkan konten dari halaman HTML (mark up, teks, grafik, dan multimedia) dari tampilannya.

2.1.13. PHP (*Hypertext Preprocessor*)

Menurut Sebesta (2003: 22) PHP adalah bahasa pemrograman *script* yang berjalan pada sisi *server* dan didesain secara khusus untuk aplikasi *web*.

Menurut Luke Welling dan Laura Thomson (2009: 2) PHP adalah penulisan *script server-side* yang dirancang khusus untuk *web*. Dalam suatu halaman HTML dapat memberikan kode PHP yang akan dijalankan setiap kali halaman dikunjungi. Kode PHP akan diinterpretasi pada *web server* dan menghasilkan keluaran HTML atau lainnya yang akan dilihat pengunjung.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa PHP atau *hypertext preprocessor* merupakan bahasa pemrograman dengan cara penulisan *script server-side* yang dirancang khusus untuk aplikasi *web*.

2.1.14. *Web Usability*

Menurut Ben Schneiderman dan Catherine Plaisant (2005: 16) terdapat beberapa hal yang termasuk *usability* suatu program komputer atau situs *web*, yaitu:

1. *Learnability*

Seberapa mudah pengguna menyelesaikan perintah dasar ketika pertama kali membuka suatu program komputer atau situs *web*?

2. *Efficiency*

Ketika pengguna telah mempelajari program atau situs tersebut, seberapa cepat pengguna dapat melakukan perintah?

3. *Memorability*

Seberapa mudah pengguna melakukan perintah ketika sudah lama tidak menggunakan program atau situs tersebut?

4. *Errors*

Berapa banyak kesalahan yang dibuat oleh pengguna?

Seberapa sering kesalahan ini terjadi?

Dan seberapa mudah kesalahan dapat ditangani?

5. *Satisfaction*

Puaskah pengguna terhadap program atau situs tersebut?

2.1.15. MySQL

Menurut Luke Welling dan Laura Thomson (2009: 3) MySQL adalah suatu *Relational Database Management System* (RDMS) yang sangat cepat. Suatu basis data yang secara efisien menyimpan, mencari, mengurutkan jenis, dan mengembalikan data. MySQL server mengendalikan akses untuk memastikan bahwa para pemakai dapat bekerja secara bersamaan, untuk menyediakan akses dengan cepat dan untuk memastikan bahwa hanya para pemakai yang diberi hak dapat memperoleh akses.

2.1.16. Analisis dan Perancangan Sistem

Menurut Kenneth E. Kendall dan Julie E. Kendall (2003: 7) analisis dan perancangan sistem adalah proses untuk menganalisis input data atau aliran data secara sistematis, memproses atau menginformasikan data, menyimpan data, dan menghasilkan keluaran informasi dalam konteks bisnis khusus. Selanjutnya, analisis dan perancangan sistem digunakan untuk mengimplementasikan peningkatan-peningkatan fungsi bisnis yang dapat dicapai melalui penggunaan sistem informasi yang terkomputerisasi

Dalam tahap perancangan, *prototyping* akan sering digunakan. *Prototyping* menurut Kenneth E.

Kendall dan Julie E. Kendall (2003: 221) adalah suatu teknik yang sangat berguna untuk mengumpulkan informasi tertentu mengenai syarat-syarat informasi pengguna secara cepat.

2.1.17. Basis Data

Menurut Hoffer (2002: 5) basis data merupakan kumpulan data yang terorganisasi dan saling berhubungan. Terorganisasi maksudnya adalah data yang terstruktur sehingga mudah disimpan, dimanipulasi, dan diambil kembali oleh pengguna. Saling berhubungan maksudnya adalah data menggambarkan suatu *domain* yang menjadi perhatian sekelompok pengguna dan pengguna dapat menggunakan data untuk menjawab pertanyaan yang menjadi perhatian dari *domain* tersebut.

Menurut Hoffer (2002: 9) metode basis data menekankan pada pengintegrasian dan pembagian seluruh data di dalam suatu organisasi. Metode ini memerlukan asas reorientasi atau perubahan di dalam suatu gagasan proses, dimulai dari *top management*. Keuntungan dari penggunaan basis data yaitu:

1. Proses independensi data.
2. Meminimalisasi duplikasi data.
3. Meningkatkan konsistensi data.
4. Meningkatkan pembagian data.
5. Meningkatkan produktivitas dari pengembangan suatu aplikasi.
6. Pelaksanaan suatu standar atau ukuran.
7. Meningkatkan kualitas data.
8. Meningkatkan pencapaian dan tanggapan suatu data.
9. Mengurangi pemeliharaan program.

2.1.18. Perancangan Basis Data

Mendesain basis data adalah proses membuat model untuk basis data (desain logikal dari struktur suatu basis data yang digunakan untuk menyimpan data).

Database Management Systems menurut Thomas Connolly dan Carolyne Begg (2005: 16) adalah sistem piranti lunak yang membantu *user* untuk mendefinisikan, membuat, memelihara, dan mengontrol akses ke basis data.

Keuntungan *Database Management Systems* menurut Thomas Connolly dan Carolyne Begg (2005: 26) yaitu:

1. Terdapat kontrol pengulangan data.
2. Data yang konsisten.
3. Penggunaan data bersama.
4. Meningkatkan integritas data.
5. Meningkatkan keamanan data.
6. Penerapan standarisasi.
7. Meningkatkan pemeliharaan dengan data yang bebas.
8. Peningkatan pengaksesan data.

2.2. Tinjauan Organisasi/Obyek Penelitian

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Latar Belakang Perusahaan

Pesatnya perkembangan dan pertumbuhan sektor industri di dalam negeri menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan pelumas bermutu. Hal ini mendorong PT. Bina Baratha Manggala mengambil peluang untuk memenuhi kebutuhan pelumas dengan kualitas terbaik dan harga terjangkau.

Pelumas untuk daerah tropis seperti Indonesia harus diformulasikan khusus dan disesuaikan dengan tingkat kelembaban yang tinggi. Perusahaan Bina Baratha Manggala adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang industri minyak pelumas dengan *blending plant*. *Blending plant* PT. Bina Baratha Manggala telah dirancang dengan perhitungan yang baik agar dapat menyesuaikan diri dengan kondisi tersebut. Pelumas yang dihasilkan mendukung kinerja mesin secara prima dan tidak memerlukan tambahan zat aditif.

PT. Bina Baratha Manggala berdiri sejak tahun 1984. Lokasi kantor berada di Grand Pluit Mal Blok C-2, Jalan Raya Pluit Selatan, Jakarta Utara, sedangkan lokasi pabrik perusahaan ini berada di Jalan Raya Cikande

Rangkas Bitung, Desa Kareo, Kecamatan Jawilan, Kabupaten Serang, Propinsi Banten. Beberapa produk yang dihasilkan oleh perusahaan Bina Baratha Manggala antara lain: *automotive oil*, *industry oil*, *sugar mill*, minyak rem (*brake fluid*), *marine oil*, dan *grease*. Merek produk yang dihasilkan oleh perusahaan ini yaitu *Speed* dan *Big*. Selain itu, ada beberapa merek minyak pelumas yang berkerja sama dengan perusahaan ini, antara lain: *Hi-Tech*, *Sonic*, *Gulf*, *Total*, dan beberapa rekan perorangan.

2. Visi

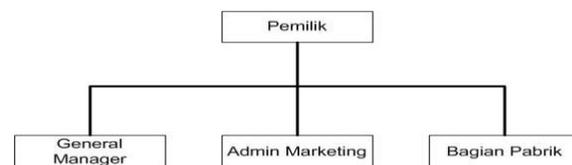
Visi PT. Bina Baratha Manggala adalah menjadi *partner* solusi pelumas yang terbaik, semakin dikenal, dan dipercaya kualitasnya oleh masyarakat.

3. Misi

Misi PT. Bina Baratha Manggala untuk mewujudkan visinya adalah menghasilkan minyak pelumas yang memiliki kualitas terbaik dan memberikan pelayanan terbaik bagi setiap pelanggan.

4. Struktur Organisasi

Gambar 2.1
Struktur Organisasi PT. Bina Baratha Manggala



Sumber: hasil olahan penulis.

Keterangan:

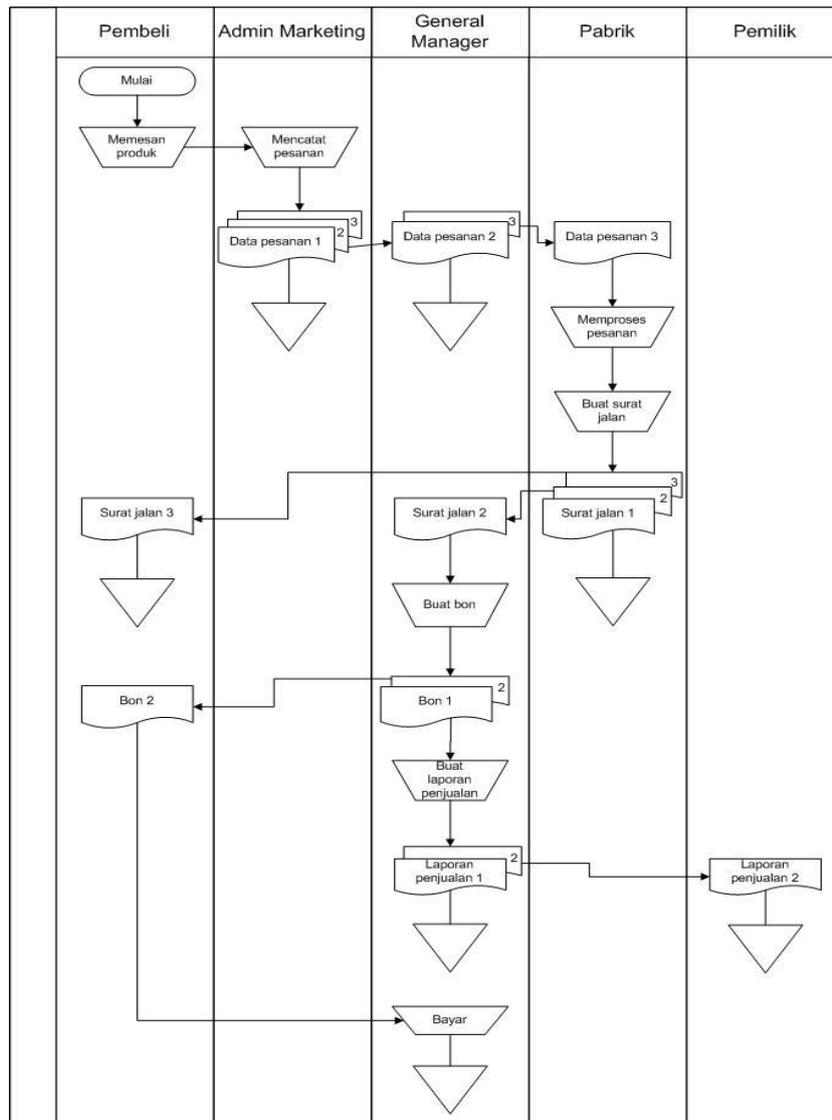
- a. Pemilik
PT. Bina Baratha Manggala memiliki seorang pemilik yang bertugas untuk memasarkan produk yang dijual oleh perusahaan kepada calon pelanggan.
- b. *General Manager*
PT. Bina Baratha Manggala memiliki seorang *general*

manager yang bertugas untuk menyampaikan data pesanan pelanggan kepada pabrik, membuat bon, dan laporan penjualan.

- c. *Admin Marketing*
PT. Bina Baratha Manggala memiliki seorang admin *marketing* yang bertugas untuk melayani dan mencatat pesanan pelanggan.

- d. *Bagian Pabrik*
Bagian Pabrik pada PT. Bina Baratha Manggala bertugas untuk memproses pesanan pelanggan yang diberikan oleh *general manager*, membuat surat jalan, dan melakukan pengiriman produk kepada pelanggan.

Gambar 3.2. *Flow of Document* Sistem PT. Bina Baratha Manggala



Sumber: hasil olahan penulis.

Keterangan:

Pertama pembeli memesan produk yang diinginkan kepada bagian admin *marketing*. Kemudian bagian admin *marketing* akan mencatat produk yang dipesan oleh pembeli dan membuat data pesanan rangkap tiga. Rangkap pertama akan disimpan oleh admin *marketing*, sedangkan rangkap kedua dan ketiga akan diserahkan kepada *general manager*. General manager akan menyimpan data pesanan

rangkap pertama dan menyerahkan data pesanan rangkap ketiga kepada bagian pabrik. Kemudian pabrik akan memproses produk yang dipesan sekaligus membuat surat jalan rangkap tiga. Rangkap pertama akan disimpan di pabrik, sedangkan surat jalan rangkap kedua akan diserahkan kepada *general manager* dan surat jalan rangkap ketiga akan diserahkan kepada pembeli. Setelah menerima surat jalan, *general manager* akan membuat bon rangkap dua. Bon rangkap pertama akan disimpan oleh *general manager* di kantor untuk membuat laporan penjualan rangkap dua (rangkap pertama untuk disimpan di kantor dan rangkap kedua untuk pemilik), sedangkan bon rangkap kedua akan diserahkan kepada pembeli. Setelah menerima bon maka pembeli melakukan pembayaran ke kantor yang akan ditangani oleh *general manager*.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tahapan penelitian

Metode yang digunakan dalam pembuatan *Web* ini adalah *prototyping*. Keuntungan metode *prototyping*, yaitu komunikasi yang baik antara pengembang dan pelanggan, pelanggan berperan aktif dalam pengembangan sistem, lebih menghemat waktu, penerapan menjadi lebih mudah karena pemakai mengetahui apa yang diharapkannya. Tahap-tahap *prototyping* adalah sebagai berikut:

- a. **Komunikasi**
Komunikasi dilakukan untuk mengetahui kebutuhan perusahaan terhadap *web* dan mengetahui apa yang diinginkan oleh perusahaan.
- b. **Perencanaan dan pemodelan**
Merencanakan dan merancang *prototype* sesuai keinginan pengguna. Pemodelan dengan menggunakan *Data Flow Diagram* (DFD), yang meliputi:
 - a. Diagram Konteks (*Context Diagram*)
 - b. Diagram Nol
 - c. Diagram RinciTeknik perancangan sistem yang digunakan adalah:
 - a. Kamus Data
 - b. Normalisasi Data
 - c. Basis Data
 - d. *Entity Relationship Diagram* (ERD)
- c. **Pembuatan *prototype***
Prototype dibangun berdasarkan rancangan yang dilakukan pada tahap sebelumnya.
- d. **Penyebaran, penyampaian, dan umpan balik.**

Prototype yang telah dibuat diberikan kepada pengguna untuk dievaluasi, kemudian pengguna

memberikan umpan balik untuk menyempurnakan *web*.

Tahap-tahap tersebut diulangi hingga *web* memenuhi kebutuhan pengguna.

3.2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data mengenai sistem yang berjalan dilakukan melalui wawancara. Penulis melakukan wawancara kepada staf dan pemilik perusahaan mengenai situs *web* seperti apa yang diinginkan, *layout* situs *web*, serta fitur-fitur apa saja yang diinginkan.

3.3. Masalah yang Dihadapi

Hingga saat ini PT. Bina Baratha Manggala tidak mempunyai situs *web*. Proses bisnis yang berjalan saat ini mengalami keterbatasan, antara lain:

1. Pemasaran produk dilakukan oleh pemilik yang harus bertemu langsung dengan calon pelanggan sehingga kurang efisien dalam hal waktu, akibatnya perusahaan perlu mengeluarkan biaya operasional khusus dalam melakukan pemasaran.
2. Keterbatasan pelanggan dalam melihat jenis-jenis produk dan ketersediaan produk yang dijual.
3. Pelanggan sulit untuk mengetahui informasi terbaru yang diberikan oleh perusahaan.
4. Perusahaan sulit untuk memperluas pangsa pasar dan memperkenalkan produk-produk perusahaan karena kurangnya media penyampaian kepada masyarakat.
5. Data pelanggan dan data transaksi penjualan hanya disimpan dalam bentuk *hardcopy* sehingga

- memungkinkan terjadinya kehilangan data pelanggan.
6. Kurangnya interaksi antara perusahaan dengan pelanggan karena kurangnya media untuk berinteraksi.
 7. Informasi yang ada belum dapat mendukung manajemen untuk mengambil keputusan yang cepat mengenai laporan penjualan, dan laporan lainnya, seperti: laporan produk yang paling banyak dibeli oleh pelanggan, laporan produk yang paling disukai oleh pelanggan, laporan *request new product* dari pelanggan, laporan penjualan, dan lain-lain.

3.4. Usulan Pemecahan Masalah

Sebagai solusi untuk memecahkan masalah-masalah yang dihadapi, maka dirancang sebuah situs *web* dengan fitur-fitur sebagai berikut:

1. Untuk Pengunjung:
 - a. *Home*
Fitur ini akan menampilkan halaman utama dari situs *web*.
 - b. *Product*
Fitur ini digunakan pengunjung untuk melihat produk-produk apa saja yang dijual oleh PT. Bina Baratha Manggala lengkap dengan deskripsi, gambar, dan harga produk.
 - c. *Registration*
Sebelum dapat melakukan transaksi pembelian, pelanggan harus terlebih dahulu terdaftar sebagai *member*, sehingga bagi pelanggan yang belum menjadi *member* harus melakukan registrasi dengan mengisi data penting yang diminta oleh pihak perusahaan. Setelah proses registrasi berhasil dan diterima oleh pihak admin, maka pelanggan yang telah menjadi *member* dapat *login* dan mengakses:
 - (1) *Shopping Cart*
 - (2) *Wish List*
 - (3) *Comment Product*
 - (4) *Like*
 - d. *Event*
Fitur ini digunakan agar pengunjung dapat mengetahui *event-event* atau promo-promo yang diberikan oleh perusahaan, misalnya promo diskon untuk produk tertentu pada bulan tertentu.
 - e. *FAQ (Frequently Asked Questions)*

Fitur ini digunakan pelanggan agar dapat melihat dan mengetahui tentang pertanyaan yang sering ditanyakan *member*.

- f. *Testimonial*
Fitur ini digunakan pengunjung untuk melihat komentar dan testimoni dari *member* mengenai situs *web* ini, pengalaman berbelanja di situs *web* ini dan pelayanan yang diberikan.
- g. *Workshop*
Pada fitur ini pengunjung situs *web* dapat mengetahui informasi mengenai bengkel motor dan bengkel mobil terdekat di daerah tertentu.
- h. *BBM*
Fitur ini memberikan informasi kepada pengunjung situs *web* mengenai harga bahan bakar minyak di SPBU Pertamina. Harga ini dapat dilihat per periode berupa statistik, misalnya menampilkan statistik perubahan harga bahan bakar minyak pada bulan tertentu sehingga dapat terlihat dengan jelas kenaikan atau turunnya harga bahan bakar minyak.
- i. *Contact Us*
Fitur ini memberikan informasi kepada pengunjung situs *web* untuk menghubungi pihak-pihak yang tercantum di fitur ini jika pengunjung situs *web* mengalami kesulitan dalam situs *web* ini, antara lain:
 - (1) Nomor yang bisa dihubungi (*office number* dan *marketing number*).
 - (2) *E-mail* yang bisa dihubungi.
 - (3) *Yahoo messenger* yang bisa digunakan untuk berinteraksi antara admin dengan pengunjung ketika admin sedang sedang *on-line*.
- j. *About Us*
 - (1) *Company Profile*
Fitur ini memberikan informasi kepada pengunjung situs *web* mengenai profil perusahaan dari PT. Bina Baratha Manggala.
 - (2) *Company Product*
Fitur ini memberikan informasi kepada pengunjung situs *web* mengenai produk-produk yang dihasilkan oleh PT. Bina Baratha Manggala.
 - (3) *Company Excess*
Fitur ini memberikan informasi kepada pengunjung situs *web* mengenai

- kelebihan dari PT. Bina Baratha Manggala.
- k. *Payment Method*
Fitur ini memberikan informasi kepada pengunjung mengenai nomor rekening yang dapat ditransfer untuk melakukan pembayaran.
 2. Untuk Anggota:
 - a. *Profile*
 - (1) *View Profile*
Fitur ini digunakan untuk *member* yang telah *login* untuk melihat informasi data dirinya. Selain itu, fitur ini juga digunakan oleh pelanggan untuk mengubah data penting yang pernah dikirim ke perusahaan pada saat registrasi, misalnya: alamat, telepon, *e-mail*, dan lain-lain.
 - (2) *Edit Password*
Fitur ini digunakan untuk *member* yang telah *login* untuk mengubah *password* dengan cara memasukkan *password* lama dan *password* baru yang diinginkan.
 - b. *Login Member*
Dalam fitur ini, pelanggan harus memasukkan *username* dan *password* yang telah didaftarkan dan diterima oleh admin pada saat registrasi. Apabila pelanggan lupa *password*, maka pelanggan dapat meminta *password* untuk dikirim ulang ke *e-mail* yang didaftarkan pada saat registrasi. Hal ini dapat dilakukan melalui fitur pengingat *password* dengan memasukkan *username* dan *e-mail* pelanggan.
 - c. *Shopping Cart*
Fitur ini digunakan pelanggan yang telah menjadi *member* berbelanja produk-produk yang ingin dibeli oleh pelanggan pada saat itu. Apabila pelanggan sudah selesai melakukan pemesanan, maka pelanggan akan diperlihatkan data produk yang dipesan, seperti: nama produk, jumlah produk yang dipesan, perincian harga, dan harga total. Selanjutnya, pelanggan bisa menentukan jenis pembayaran, seperti *cash on delivery* (COD) dan transfer melalui *automatic teller machine* (ATM) / *internet banking*.
 - d. *Wish List*
Fitur ini digunakan oleh *member* yang telah *login* untuk memasukkan dan menyimpan sementara produk-produk yang ingin dibeli oleh pelanggan pada transaksi pembelian berikutnya, misalnya memasukkan dan menyimpan produk-produk yang akan dibeli minggu depan / bulan depan.
 - e. *Confirmation Transfer*
Fitur ini digunakan pelanggan untuk melakukan konfirmasi transfer jika pelanggan telah melakukan pembayaran secara transfer.
 - f. *History Order*
Fitur ini digunakan pelanggan untuk melihat dan mencetak *history order* / sejarah belanja yang pernah dilakukan.
 - g. *Request New Product*
Fitur ini digunakan oleh *member* yang telah *login* untuk meminta pembuatan produk baru yang ingin dibuat oleh pelanggan dengan merek baru dari pelanggan dengan ketentuan-ketentuan yang ada, misalnya pelanggan ingin membuat pelumas atau oli dengan permintaan khusus yang akan dibuat dengan merek *GoodOil*.
 - h. *Site Map*
Fitur ini digunakan untuk mempermudah pelanggan dalam mencari dan berpindah halaman.
3. Untuk Admin:
 - a. *Product Management*
Fitur ini digunakan admin untuk menambahkan, mengubah, dan menghapus data dari produk yang ada. Fitur ini juga digunakan admin untuk melihat dan merespon komentar-komentar pelanggan mengenai produk-produk yang ada.
 - b. *Testimonial*
Fitur ini digunakan admin untuk melihat dan merespon testimonial-testimonial dari pelanggan mengenai pelayanan dari perusahaan atau *feedback* dari pelanggan.
 - c. *Event*
Fitur ini digunakan admin untuk menambahkan, mengubah, dan menghapus *event-event* atau promo-promo yang akan diberikan kepada pelanggan.
 - d. Admin
 - (1) *View Request Member*
Fitur ini digunakan admin untuk menerima atau menolak permintaan

- pengunjung situs *web* yang ingin menjadi *member*.
- (2) *View Request New Product*
Fitur ini digunakan admin untuk melihat permintaan pembuatan produk baru dari pelanggan, kemudian pihak perusahaan akan menghubungi pelanggan untuk pertemuan atau pembicaraan lebih lanjut. Fitur ini juga digunakan untuk mencetak laporan *request new product* dari pelanggan.
- (3) *View Confirmation Transfer*
Fitur ini digunakan admin untuk menerima konfirmasi transfer dari pelanggan yang melakukan pembayaran melalui transfer. Jika admin menerima atau menyetujui konfirmasi transfer yang dikirim oleh pelanggan, maka status pembayaran akan berubah.
- (4) *View Accept Order*
Fitur ini digunakan admin untuk melihat daftar produk yang dipesan oleh pelanggan dan cara pembayaran yang dipilih oleh pelanggan. Jika admin menerima (*accept*) permintaan pesanan tersebut, maka status kirim akan berubah dan produk akan segera dikirim. Fitur ini juga akan mencetak daftar penjualan per transaksi pada saat admin melakukan *accept order*.
- (5) *View Status Order*
Fitur ini digunakan admin untuk melihat *status order* dan mencetak laporan *status order*.
- e. *FAQ (Frequently Asked Questions)*
Fitur ini digunakan admin untuk memasukkan, mengubah, dan menghapus pertanyaan yang sering ditanyakan oleh *member*, sekaligus memberikan jawabannya.
- f. *Contact Us*
Fitur ini digunakan admin untuk memasukkan dan mengubah informasi mengenai pihak-pihak yang bisa dihubungi jika pelanggan mengalami kesulitan dalam situs *web* ini, seperti: nomor yang bisa dihubungi (*office number, marketing number*), *e-mail* dan *fax* yang bisa dihubungi, dan *yahoo messenger* yang bisa dihubungi.
- g. *About Us*
Fitur ini digunakan admin untuk memberikan informasi mengenai *company profile, company product*, dan *company excess* (kelebihan perusahaan) PT. Bina Baratha Manggala kepada pelanggan.
- h. *Site Map*
Fitur ini digunakan admin untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mencari dan berpindah halaman dalam *web*.
- i. *Payment Method*
Fitur ini digunakan admin untuk menambahkan informasi pembayaran kepada pelanggan, dan mengubah informasi pembayaran tersebut jika terjadi perubahan, seperti: nomor rekening tujuan pembayaran.
- j. *BBM*
Fitur ini digunakan admin untuk memasukkan, mengubah, dan menghapus harga *BBM* (bahan bakar minyak) Pertamina.
- k. *Workshop*
Fitur ini digunakan admin untuk memasukkan, mengubah, dan menghapus informasi sekaligus lokasi bangkel motor dan mobil.
- l. *Report*
Fitur ini digunakan admin untuk melihat dan mencetak laporan-laporan dalam situs *web* ini, seperti:
- (1) Laporan transaksi penjualan berdasarkan produk.
Laporan ini berisi transaksi penjualan berdasarkan produk.
 - (2) Laporan produk yang paling banyak dibeli oleh pelanggan.
Laporan ini berisi produk-produk yang diurutkan berdasarkan tingkat penjualan produk.
 - (3) Laporan produk yang paling disukai oleh pelanggan.
Laporan ini berisi produk-produk yang diurutkan berdasarkan tingkat kesukaan pelanggan terhadap produk.
 - (4) Laporan transaksi penjualan hari ini.
Laporan ini berisi transaksi penjualan pada hari ini.
 - (5) Laporan transaksi penjualan bulanan.
Laporan ini berisi transaksi penjualan yang terjadi dalam satu bulan / dari bulan tertentu sampai bulan tertentu.
 - (6) Laporan transaksi penjualan tahunan.
Laporan ini berisi transaksi penjualan yang terjadi dalam satu tahun / dari tahun tertentu sampai tahun tertentu.

4. PERANCANGAN SISTEM YANG DIUSULKAN

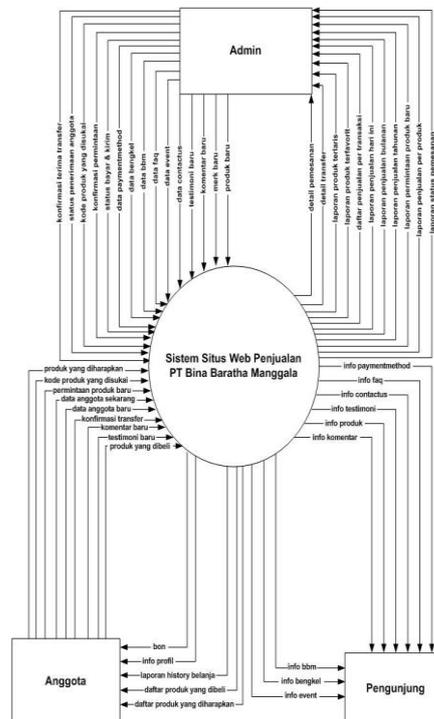
4.1. Rancangan Sistem

Berikut ini adalah rancangan sistem situs web penjualan pada PT. Bina Baratha Manggala dengan menggunakan *Data Flow Diagram* (DFD).

1. Diagram Konteks

Gambar diagram konteks ini terdapat tiga entitas, yaitu admin, anggota, dan pengunjung. Ada banyak data *flow* yang mengalir ke dalam sistem dan ada juga yang mengalir ke entitas.

Gambar 4.1
Diagram Konteks Situs Web PT. Bina Baratha Manggala

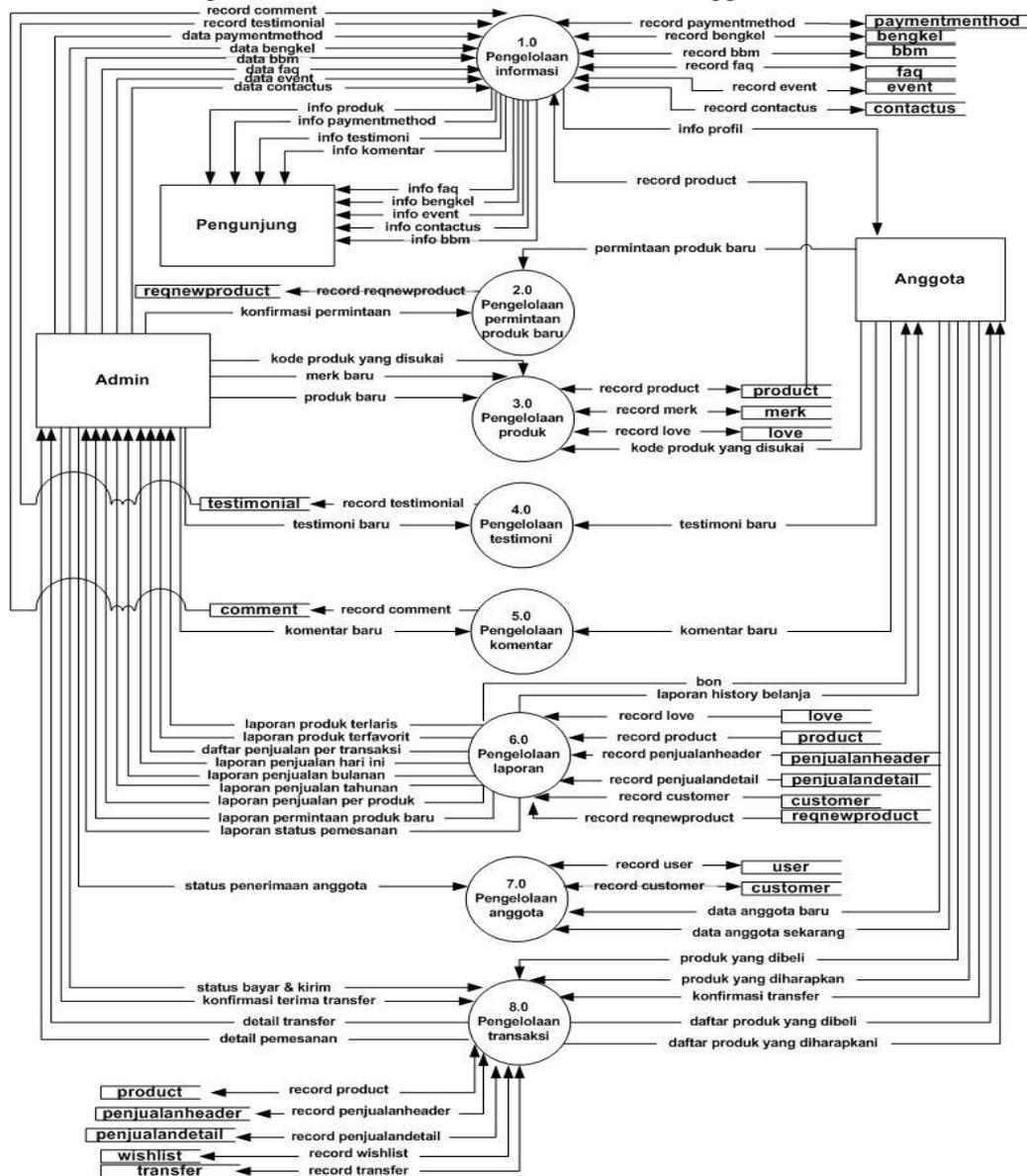


Sumber: hasil olahan penulis.

2. Diagram Nol

Gambar diagram nol ini merupakan detail dari diagram konteks, yang menjelaskan beberapa proses yang ada. Diagram nol ini mempunyai delapan proses, yaitu pengelolaan informasi, pengelolaan permintaan produk baru, pengelolaan produk, pengelolaan testimoni, pengelolaan komentar, pengelolaan laporan, pengelolaan anggota, pengelolaan transaksi.

Gambar 4.2. Diagram Nol Situs Web PT. Bina Baratha Manggala

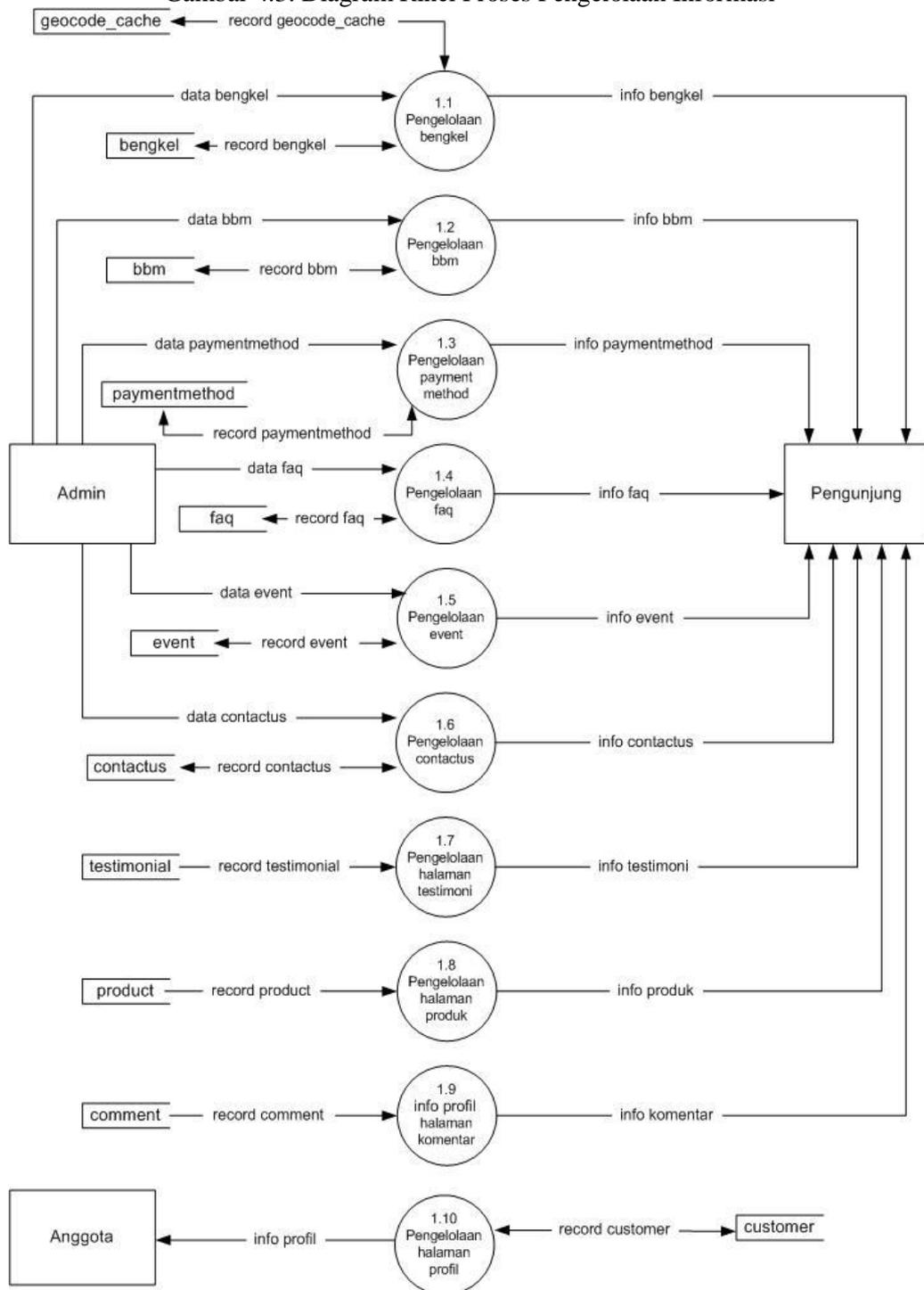


Sumber: hasil olahan penulis.

3. Diagram Rinci

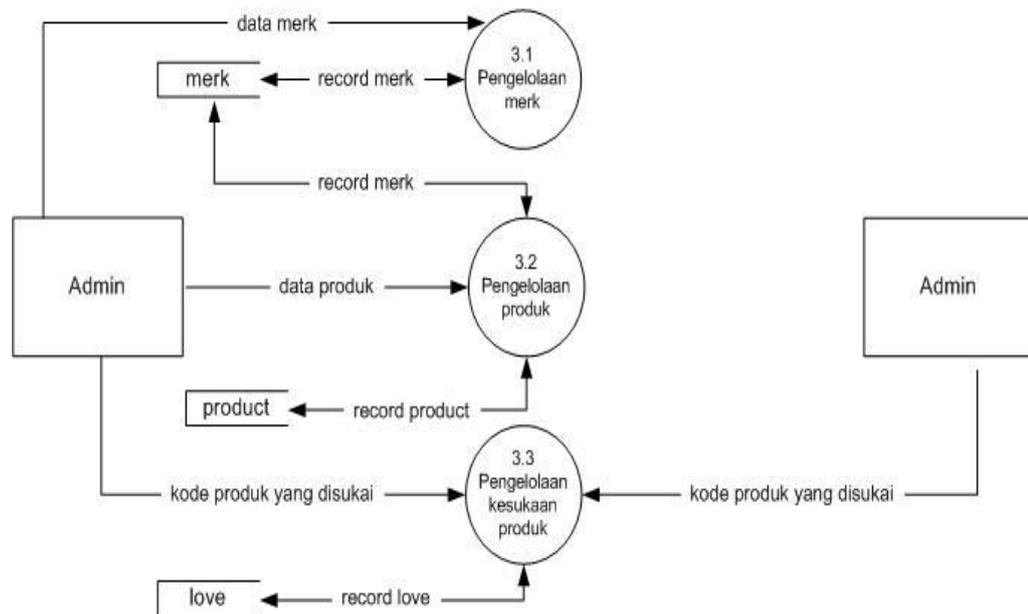
Diagram rinci adalah diagram yang menjelaskan detail dari proses-proses yang ada di dalam diagram nol. Proses pengelolaan informasi dibagi menjadi sepuluh proses, yaitu pengelolaan bengkel, pengelolaan bbm, pengelolaan *payment menthod*, pengelolaan faq, pengelolaan *event*, pengelolaan *contact us*, pengaturan halaman testimoni, pengaturan halaman komentar, dan pengaturan halaman profil. Proses pengelolaan produk dibagi menjadi tiga proses, yaitu pengelolaan merk, pengelolaan produk, dan pengelolaan kesukaan produk. Proses pengelolaan anggota dibagi menjadi tiga proses, yaitu pendaftaran, pengubahan data, dan penerimaan anggota. Proses pengelolaan transaksi dibagi menjadi lima proses, yaitu pengelolaan *cart*, pengelolaan *wishlist*, *checkout*, pengelolaan transfer, dan pengelolaan pengiriman.

Gambar 4.3. Diagram Rinci Proses Pengelolaan Informasi



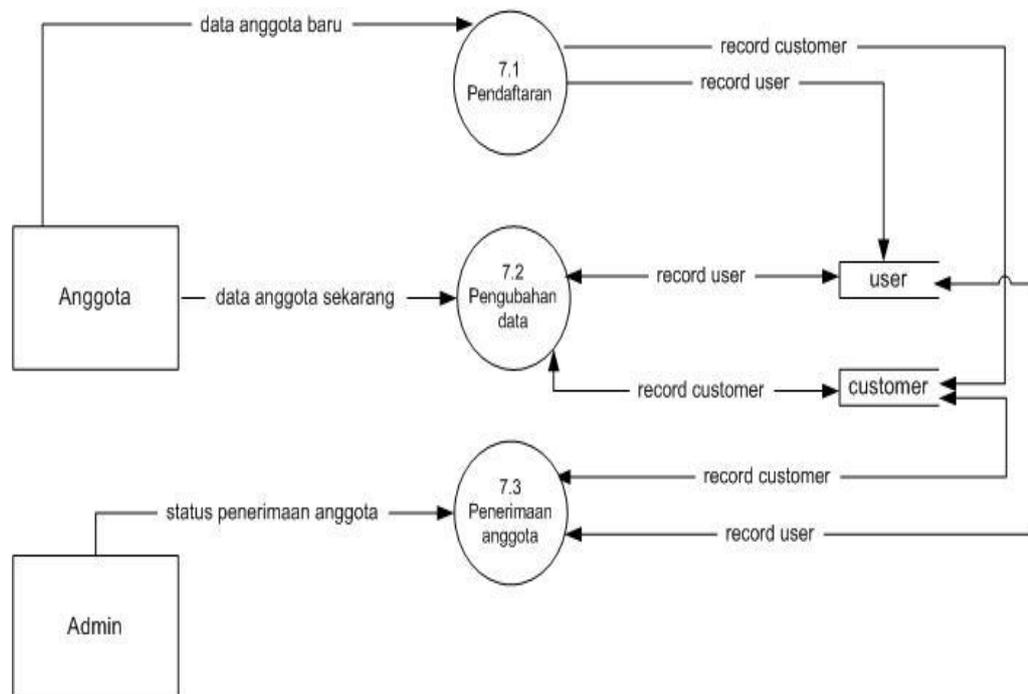
Sumber: hasil olahan penulis.

Gambar 4.4
Diagram Rinci Proses Pengelolaan Produk



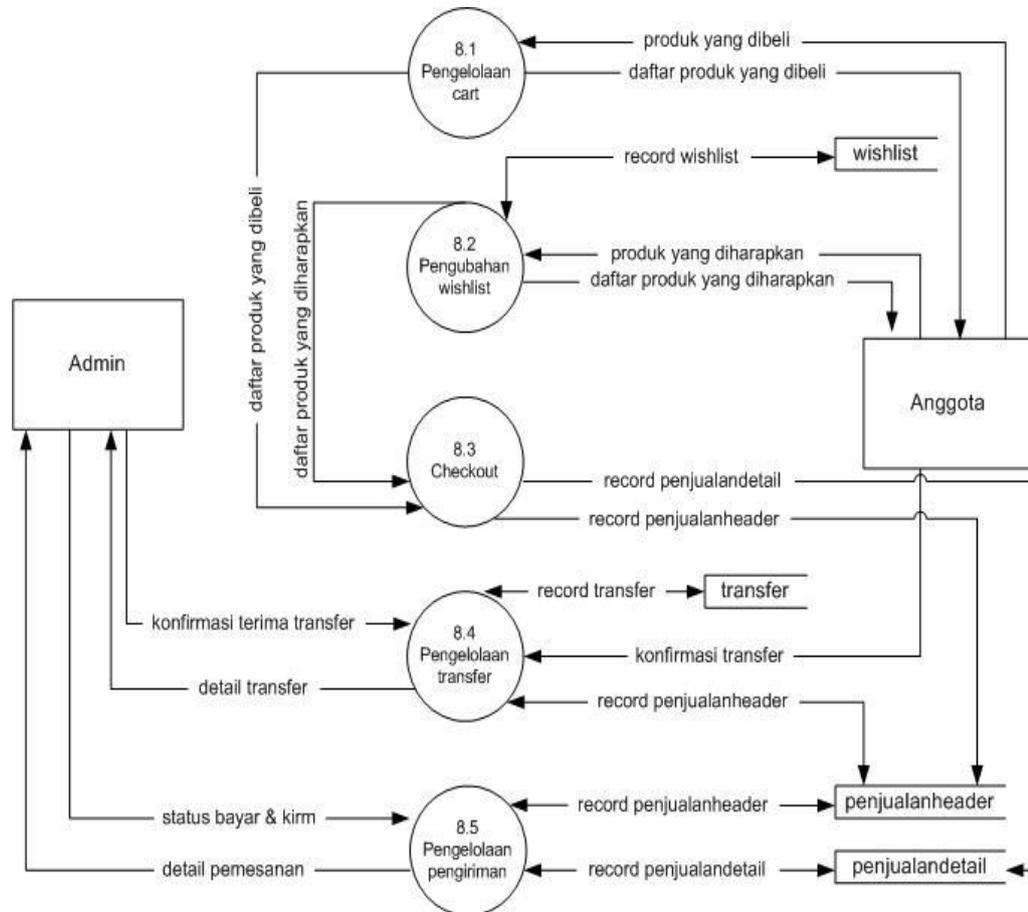
Sumber: hasil olahan penulis.

Gambar 4.5
Diagram Rinci Proses Pengelolaan Anggota



Sumber: hasil olahan penulis.

Gambar 4.6
Diagram Rinci Proses Pengelolaan Transaksi

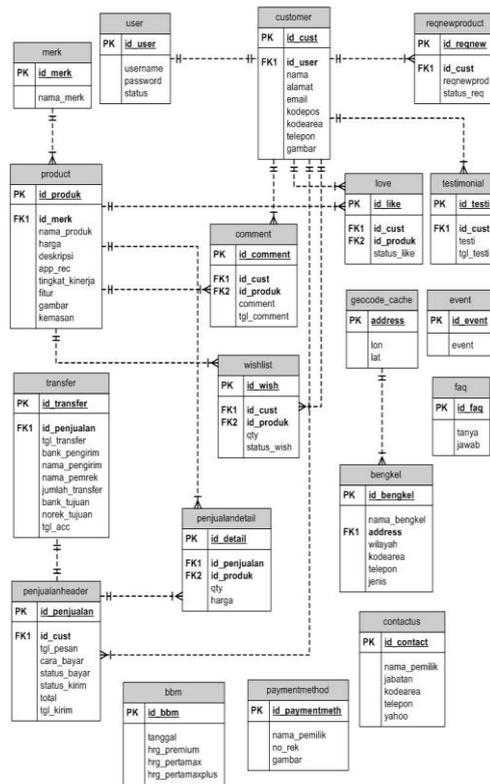


Sumber: hasil olahan penulis.

4. Entity Relationship Diagram (ERD)

ERD merupakan hubungan antara data dalam basis data, ada beberapa *entity* dalam gambar di bawah ini, yaitu *bbm*, *paymentmethod*, *contactus*, *event*, *faq*, *bengkel*, *product*, *comment*, *customer*, *geocode_cache*, *love*, *merk*, *reqnewproduct*, *penjualanheader*, *penjualandetail*, *testimonial*, *transfer*, *user*, dan *wishlist*. Setiap *entity* mempunyai atribut masing-masing dan hubungan masing-masing dengan *entity* lainnya.

Gambar 4.7.ER Diagram Situs *Web* Penjualan PT. Bina Baratha Manggala



Sumber: hasil olahan penulis.

4.3. Implementasi Sistem

1. Tampilan Layar Situs *Web* PT. Bina Baratha Manggala

Gambar 4.8

Tampilan Layar *Home* Situs *Web* PT. Bina Baratha Manggala

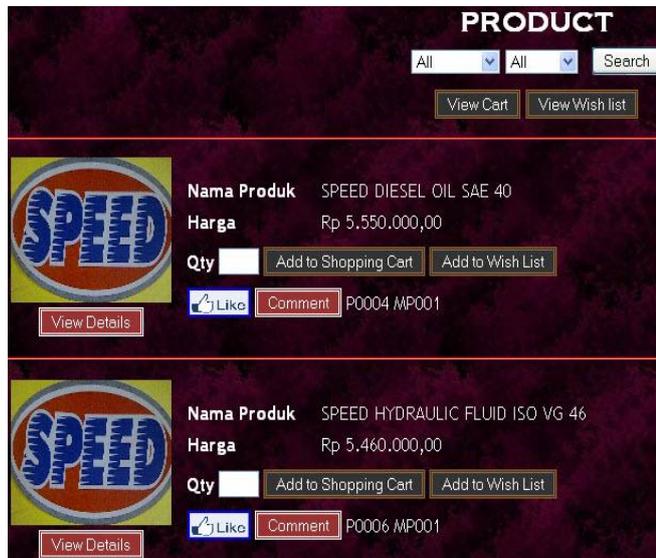


Sumber: hasil olahan penulis.

Ini merupakan halaman utama situs web PT. Bina Baratha Manggala yang terdiri dari menu-menu yang dapat diakses oleh pengunjung sebelum menjadi anggota dan juga

terdapat beberapa gambar PT. Bina Baratha Manggala yang dapat berubah-ubah dalam beberapa detik. Menu akan selalu akan selalu berada di bagian atas.

Gambar 4.9
Tampilan Layar Produk Situs Web PT. Bina Baratha Manggala



Sumber: hasil olahan penulis.

Ini merupakan halaman produk yang dapat dilihat oleh pengunjung dan anggota. Pengunjung dan anggota bisa melihat komentar dan detail dari masing-masing produk. Jika sudah melakukan login, maka anggota dapat melakukan transaksi pembelian.

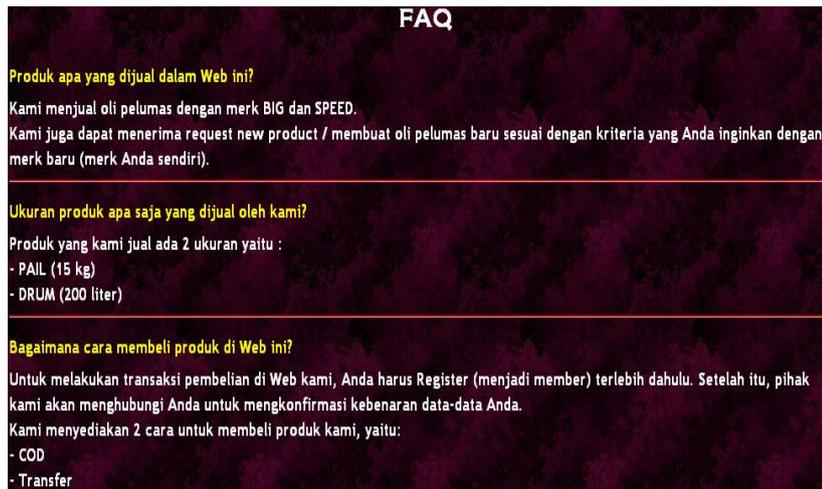
Gambar 4.10
Tampilan Layar *Payment Method* Situs Web PT. Bina Baratha Manggala



Sumber: hasil olahan penulis.

Ini merupakan halaman payment method yang memberikan informasi kepada anggota mengenai bank dan nomor rekening perusahaan yang bisa pelanggan transfer jika melakukan pembelian secara transfer.

Gambar 4.11
Tampilan Layar Faq Situs *Web* PT. Bina Baratha Manggala



Sumber: hasil olahan penulis.

Ini merupakan halaman faq (*Frequently Asked Questions*) yang bisa dilihat oleh pengunjung dan anggota untuk mengetahui tentang pertanyaan yang sering ditanyakan anggota.

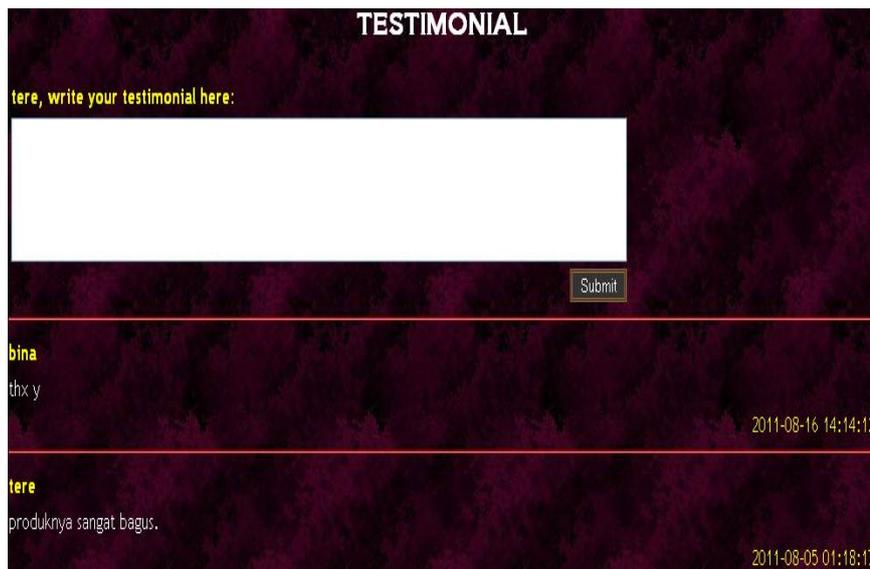
Gambar 4.12
Tampilan Layar *Event* Situs *Web* PT. Bina Baratha Manggala

No	Event
1	Event berlaku sampai akhir November: Setiap pembelian lebih dari 10 PAIL, maka customer akan diberikan potongan harga sebanyak 5%.
2	Berlaku sampai bulan Desember: Semua pembelian produk kemasan DRUM minimal 10 DRUM maka akan diberikan potongan harga sebesar 10%.

Sumber: hasil olahan penulis.

Ini merupakan halaman *event* yang memberikan informasi kepada pengunjung dan anggota mengenai *event-event* apa saja yang sedang diadakan oleh PT. Bina Baratha Manggala.

Gambar 4.13
Tampilan Layar Testimonial Situs *Web* PT. Bina Baratha Manggala



Sumber: hasil olahan penulis.

Ini merupakan halaman testimonial yang menampilkan testimoni-testimoni dari anggota mengenai situs *web* PT. Bina Baratha Manggala. Pengunjung dapat melihat halaman ini, tetapi tidak dapat memberikan testimoni.

Gambar 4.14
Tampilan Layar *Company Profile* Situs *Web* PT. Bina Baratha Manggala



Sumber: hasil olahan penulis.

Ini merupakan halaman *company profile* yang memberikan informasi kepada pengunjung dan anggota mengenai profil perusahaan, seperti alamat kantor, nomor telepon, lokasi pabrik, dan lain-lain.

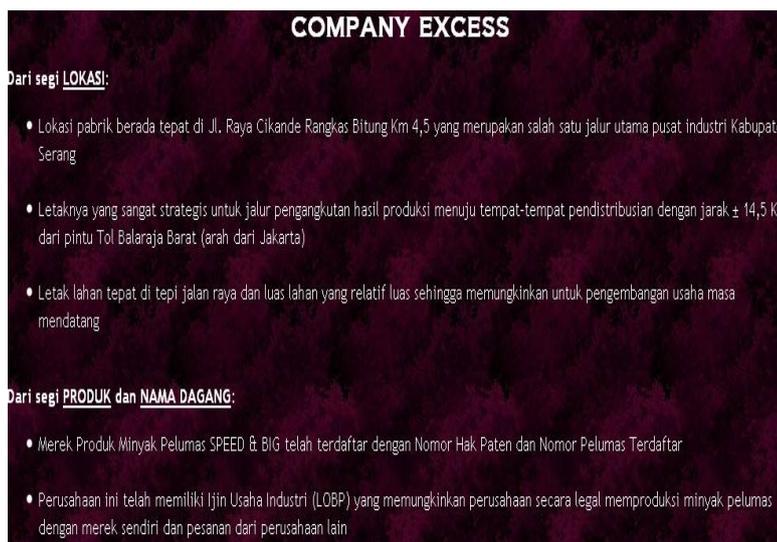
Gambar 4.15
Tampilan Layar *Company Product* Situs Web PT. Bina Baratha Manggala



Sumber: hasil olahan penulis.

Ini merupakan halaman *company product* yang memberikan informasi kepada pengunjung dan anggota mengenai merk produk dan jenis produk apa saja yang dihasilkan dan dijual oleh perusahaan.

Gambar 4.16
Tampilan Layar *Company Excess* Situs Web PT. Bina Baratha Manggala



Sumber: hasil olahan penulis.

Ini merupakan halaman *company excess* yang memberikan informasi kepada pengunjung dan anggota mengenai kelebihan-kelebihan dari PT. Bina Baratha Manggala.

Gambar 4.17
Tampilan Layar *Contact Us* Situs Web PT. Bina Baratha Manggala



Sumber: hasil olahan penulis.

Ini merupakan halaman *contact us* yang memberikan informasi kepada pengunjung dan anggota mengenai pihak-pihak yang dapat dihubungi jika memiliki pertanyaan atau mengalami kesulitan dalam mengakses situs *web* ini.

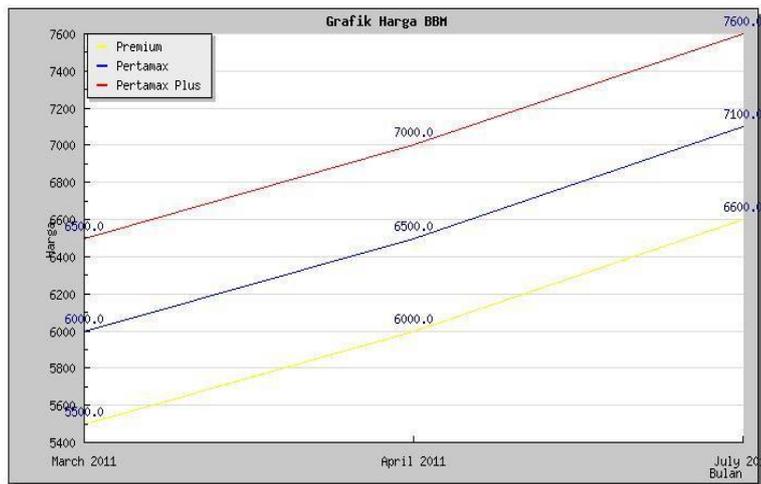
Gambar 4.18. Tampilan Layar BBM Situs Web PT. Bina Baratha Manggala



Sumber: hasil olahan penulis.

Ini merupakan halaman bahan bakar minyak untuk melihat statistik harga bahan bakar minyak Pertamina, seperti premium, pertamax, dan pertamax *plus*. Pelanggan dan anggota harus memasukkan bulan awal dan bulan akhir terlebih dahulu.

Gambar 4.19. Tampilan Layar Statistik Harga BBM Situs Web PT. Bina Baratha Manggala



Sumber: hasil olahan penulis.

Ini merupakan halaman hasil statistik harga bahan bakar minyak Pertamina. Masing-masing jenis bahan bakar diberi keterangan dan warna yang berbeda.

Gambar 4.20

Tampilan Layar *Workshop* Situs Web PT. Bina Baratha Manggala



Sumber: hasil olahan penulis.

Ini merupakan halaman *workshop* yang dapat diakses oleh pengunjung dan anggota untuk mengetahui informasi mengenai bengkel-bengkel yang dimasukkan oleh PT. Bina Baratha Manggala.

Gambar 4.21
Tampilan Layar Daftar Konfirmasi Transfer Situs *Web* PT. Bina Baratha Manggala

ID Transfer	Tanggal Transfer	Bank Pengirim	NoRek Pengirim	Nama Pemilik Rek	Bank Tujuan	NoRek Tujuan	View
2	2011-07-25	BCA	1223333333	Handrata	BCA	4870396606	View

Sumber: hasil olahan penulis.
Ini merupakan halaman daftar konfirmasi transfer yang digunakan admin untuk melihat konfirmasi transfer dari anggota.

Gambar 4.21
Tampilan Layar *Detail* Konfirmasi Transfer Situs *Web* PT. Bina Baratha Manggala

DETAIL CONFIRMATION TRANSFER	
Username	tata
Nama	PT. Tata
Telepon	6221-21778899
Email	tata@yahoo.com
<hr/>	
Tanggal Transfer	2011-07-25
Bank Pengirim	BCA
NoRek Pengirim	1223333333
Nama Pemilik Rek	Handrata
Bank Tujuan	BCA
NoRek Tujuan	4870396606
<hr/>	
Total Pembelian	Rp 11.300.000,00

Sumber: hasil olahan penulis.
Ini merupakan halaman *detail* konfirmasi transfer yang digunakan admin untuk melakukan penerimaan konfirmasi transfer dari anggota.

Gambar 4.22
Tampilan Layar Daftar Penerimaan Pesanan Situs *Web* PT. Bina Baratha Manggala

No	ID Penjualan	ID Cust	Cara Bayar	Status Bayar	Status Kirim	View
1	28	3	Transfer	Sudah	Belum	View
2	30	3	COD	Belum	Sudah	View
3	31	2	COD	Belum	Belum	View
4	36	2	COD	Belum	Belum	View
5	37	2	COD	Belum	Belum	View

Sumber: hasil olahan penulis.

Ini merupakan halaman daftar penerimaan pesanan yang digunakan admin untuk melihat permintaan-permintaan pesanan dari anggota.

Gambar 4.23

Tampilan Layar *Detail* Penerimaan Pesanan Situs *Web* PT. Bina Baratha Manggala



Sumber: hasil olahan penulis.

Ini merupakan halaman *detail* penerimaan pesanan yang digunakan admin untuk mengkonfirmasi pesanan dari anggota.

Gambar 4.24

Tampilan Layar Daftar Status Pesanan Situs *Web* PT. Bina Baratha Manggala



Sumber: hasil olahan penulis.

Ini merupakan halaman daftar status pesanan yang digunakan admin untuk melihat status pesanan yang ada.

Gambar 4.25
Tampilan Layar Laporan Produk Terlaris Situs *Web* PT. Bina Baratha Manggala

Best Sold Product Report

PT. BINA BARATHA MANGGALA
Jl. Raya Phit Selatan, Grand Phit Mal Blok C-2
Kel. Penjarangan, Kec. Penjarangan
Jakarta Utara 14450
Telp: 021-6621139, Fax: 021-6621140

<u>ID Produk</u>	<u>Nama Produk</u>	<u>Total Terjual</u>
P0003	SPEED GEAR OIL SAE 140	25
P0001	SPEED GASOLINE OIL SAE 20W50	25
P0009	SPEED INDUSTRIAL GEAR OIL ISO VG 150	10
P0010	SPEED INDUSTRIAL GEAR OIL ISO VG 220	5
P0006	SPEED HYDRAULIC FLUID ISO VG 46	5
P0018	BIG LITHIUM COMPLEX RED GREASE	4
P0002	SPEED GEAR OIL SAE 90	3
P0005	SPEED HYDRAULIC FLUID ISO VG 32	3
P0007	SPEED HYDRAULIC FLUID ISO VG 68	3
P0012	SPEED INDUSTRIAL GEAR OIL ISO VG 460	2
P0014	BIG SUGAR MILL LUBRICANT (4500)	1
P0008	SPEED HYDRAULIC FLUID ISO VG 100	1

Sumber: hasil olahan penulis.
Ini merupakan halaman laporan produk terlaris yang digunakan admin untuk melihat dan mencetak laporan produk terlaris.

Gambar 4.26
Tampilan Layar Laporan Produk Terfavorit Situs *Web* PT. Bina Baratha Manggala

Sales Report Today

PT. BINA BARATHA MANGGALA
Jl. Raya Phit Selatan, Grand Phit Mal Blok C-2
Kel. Penjarangan, Kec. Penjarangan
Jakarta Utara 14450
Telp: 021-6621139, Fax: 021-6621140

<u>Tanggal</u>	<u>ID Produk</u>	<u>Nama Produk</u>	<u>Qty</u>	<u>Harga (Rp.)</u>	<u>Total (Rp.)</u>
05 September 2011	P0001	SPEED GASOLINE OIL SAE 20W50	1	5.870.000	5.870.000
	P0013	BIG SUGAR MILL LUBRICANT (2451)	2	3.800.000	7.600.000

Total Seluruh Penjualan Hari Ini: Rp 13.470.000,00

Sumber: hasil olahan penulis.
Ini merupakan halaman laporan produk terfavorit yang digunakan admin untuk melihat dan mencetak laporan produk terfavorit.

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan perancangan yang telah disampaikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Situs *web* yang dirancang dapat memberikan informasi yang berguna dan lebih efektif bagi para pengguna. Para pembeli tidak perlu melakukan pembelian dengan menghubungi langsung pihak penjual yang bisa menyebabkan kesalahan pencatatan pesanan, karena pembeli bisa memesan barang secara *on-line*.
2. Dengan adanya situs *web* ini, pemilik tidak perlu kesulitan dalam melakukan pemasaran kepada calon pelanggan yang mengeluarkan biaya operasional tambahan dan memakan waktu.
3. Situs *web* juga sangat membantu PT. Bina Baratha Manggala untuk memperkenalkan barang-barang yang dijual PT. Bina Baratha Manggala serta spesifikasi dari barang-barang tersebut.
4. Situs *web* ini juga membantu pelanggan untuk melihat komentar-komentar dari pelanggan lainnya mengenai barang yang dijual dan pelayanan PT. Bina Baratha Manggala.
5. Situs *web* ini menyediakan media seperti *yahoo messenger* agar pengunjung dan pelanggan bisa berinteraksi dengan pihak PT. Bina Baratha Manggala.
6. Dengan adanya situs *web* ini, PT. Bina Baratha Manggala dapat mengetahui total penjualan dan transaksi apa saja yang dilakukan. Dari penjualan tersebut akan menghasilkan beberapa laporan yang berguna bagi pemilik untuk mengambil keputusan.

5.2. Saran

1. Perlu adanya pihak admin yang mengerti dan mampu mengelola situ *web* ini dengan baik.
2. Perlu adanya jaringan internet yang kapasitasnya memadai di kantor

sehingga admin bisa mengakses dan mengelola situs *web* ini dengan cepat.

3. Perlu dilakukan promosi yang turut ikut memperkenalkan situs *web* ini kepada kalangan luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Bahra bin Ladjamudin. (2005). *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Awad, Elias M. (2002). *Electronic Commerce: From Vision to Fulfillment*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Bartlett, Kynn. (2006). *Sams Teach Yourself CSS in 24 Hours*. Second Edition. Indianapolis: Sams Publishing.
- Connolly, Thomas dan Carolyne Begg. (2005). *Database System: A Practical Approach to Design, Implementation, and Management*. Fourth Edition. England: Addison Wesley.
- Hartono, Jogyanto. (2005). *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hoffer, Jeffrey A., Mary B. Prescott, dan Fred R. McFadden. (2002). *Modern Database Management*. Sixth Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kendall, Kenneth E. dan Julie E. Kendall. (2003). *System Analysis and Design*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Laudon, C Kenneth., Traver, Carol Guercio. (2004). *E-Commerce: Business, Technology, Society*. New Jersey: Addison Wesley.
- Loshin, Pete dan John Vacca. (2004). *Electronic Commerce, Fourth Edition*. Hingham, Massachusetts: Charles River Media.
- Mulyadi. (2001). *Sistem Akuntansi*. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.
- Oetomo, Sutedjo Budi Dharma. (2001). *Perspektif E-Bussines*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Schneiderman, Ben dan Catherine Plaisant. (2005). *Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction*. Fourth Edition. Boston: Addison Wesley.
- Sebesta, Robert W. (2003). *Programming the World Wide Web*. Second Edition. Boston: Addison Wesley.

Soemarso. (2005). *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta: Salemba Empat.

Sutabri, Tata. (2003). *Analisa Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Welling, Luke dan Laura Thomson. (2009). *PHP and MySQL Web Development*. Boston: Pearson Education.

Whitten, Jeffrey L., Lonnie D. Bentley, dan Kevin C. Dittman. (2004). *Systems Analysis and Design Methods*. Sixth Edition. McGraw Hill.