

IMPLEMENTASI PENJUALAN ONLINE BERBASIS E-COMMERCE (STUDI KASUS: DEPOK STOCKLOTS JAWA BARAT)

Fintri Indriyani¹⁾

¹⁾Staf Pengajar AMIK Bina Sarana Informatika
Jurusan Komputerisasi Akuntansi, AMIK BSI Jakarta
Jl. RS. Fatmawati no.24 Pondok Labu
fintri.fni@bsi.ac.id

ABSTRAK

Internet sudah mulai dikenal masyarakat luas, menurut survey pada awal tahun 2000 ISP Indonesia melayani sekitar 1,5 juta pengguna aktif. Mereka sebagian besar anak muda 20-30 tahun dan berpendidikan SMU ke atas. Sehingga bisa dijadikan sebagai target pasar khususnya produk yang berkaitan dengan dunia remaja. Dunia remaja adalah dunia yang sangat dinamik, dimana perubahan yang terjadi di masa remaja sangat mempengaruhi seseorang untuk mengikuti *trend fashion*. Fashion juga dibutuhkan dan diminati seluruh kalangan sehingga bisnis di bidang ini memiliki prospek yang bagus, hal ini menyebabkan persaingan bisnis menjadi lebih ketat.

Berbagai cara diupayakan oleh para pelaku bisnis baik dengan membuka banyak cabang, atau beriklan pada media masa, dimana cara tersebut memiliki kelemahan di sisi finansial. Untuk mengatasi permasalahan tersebut perlu sebuah media yang cukup efektif dalam mempromosikan produk dan menjangkau konsumen sebanyak-banyaknya. Penulisan ini membahas mengenai penjualan pakaian berbasis web atau lebih dikenal dengan e-commerce dengan menggunakan metode waterfall, dan perancangannya menggunakan UML. Web ini menjadi jawaban atas permasalahan yang ada, dengan adanya web ini konsumen dapat mengakses informasi tentang produk dan melakukan pembelian secara online.

Kata Kunci : *Web, Internet, E-commerce*

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah penduduk yang besar, sekitar 240 juta jiwa. Indonesia juga merupakan penyumbang jumlah penduduk terbesar keempat di dunia setelah China, India, dan Amerika Serikat. Selain jumlah penduduk yang banyak negara kita juga dikenal sebagai negara yang konsumtif, hal ini bisa menjadi salah satu alasan kenapa negara kita sangat diincar oleh negara-negara lain untuk memasarkan produk mereka. Peluang ini juga seharusnya dimanfaatkan oleh pebisnis lokal untuk bisa menjangkau keuntungan besar. Ada banyak peluang bisnis namun perlu untuk diketahui bahwa penting untuk mengetahui bisnis macam apa yang menguntungkan dan juga bisa sebagai jangka panjang. Menurut data statistik dari BPS jumlah

perusahaan industri besar di bidang pakaian jadi 2012 mencapai angka 1.845 perusahaan dan jumlah perusahaan textile mencapai angka 2.545 perusahaan. Hal ini bisa dijadikan sebagai peluang dalam bisnis penjualan pakaian.

Pakaian merupakan salah satu dari kebutuhan pokok, dan saat ini orang membeli pakaian bukan hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan pokoknya saja melainkan lebih kearah *fashion*, terutama untuk anak muda yang cenderung mengikuti perkembangan *fashion*. Alasan ini pula yang menyebabkan bisnis penjualan pakaian sekarang ini memang semakin berkembang terutama di Indonesia, ini terbukti dengan semakin banyaknya muncul outlet dan distro yang menjual berbagai jenis pakaian. Seiring dengan perkembangan *fashion* pakaian, maka persaingan untuk memperoleh pelanggan dan keuntungan juga semakin meningkat. Banyak strategi yang dilakukan seperti pendirian

cabang usaha di berbagai daerah agar pelanggan semakin mudah mendapatkan pakaian yang dicari. Solusi seperti ini cenderung memerlukan biaya produksi yang sangat besar.

Banyak bisnis saat ini dilakukan secara online tidak terkecuali bisnis bidang fashion yang merupakan bisnis dengan tingkat resiko rendah, dimana barang yang dijual tidak memiliki kadaluarsa dan barang tersebut memang merupakan kebutuhan pokok manusia, apalagi saat ini pakaian bukan hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan menutup tubuh tetapi lebih ke arah fashion dimana seseorang dalam sehari saja bisa berganti pakaian lebih dari lima kali, pakaian saat ini digunakan menyesuaikan dengan kondisi. Dan jika dilihat dari kecendrungan masyarakat di Indonesia yang senang menggunakan produk-produk bermerek sehingga untuk mencari pasar sangatlah mudah. Akan tetapi bisnis ini memiliki persaingan yang tidak sedikit sehingga dibutuhkan kejelian dari pihak pebisnis untuk bisa melihat sejauh mana produk yang dijual diminati oleh konsumen. Pebisnis harus mampu mengikuti trend yang ada, dan yang paling penting adalah pelayanan yang memuaskan bagi para pelanggan.

Media penjualan secara *online* juga dapat menjadi sebuah strategi usaha yang dapat membuat para konsumen dapat memperoleh informasi yang lengkap mengenai pakaian yang diinginkan dan dapat melakukan transaksi tanpa terkendala oleh jarak dan waktu demi terciptanya kenyamanan dan kemudahan para konsumen. Perusahaan pakaian juga dapat memperoleh pelanggan yang semakin banyak karena dengan fasilitas penjualan secara *online* ini pelanggan dapat melakukan pemesanan terhadap pakaian walaupun tempat penjualannya sangat jauh.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan hal yang telah dipaparkan sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa permasalahan yang ada saat ini adalah:

- a. Bagaimana cara menjaring pelanggan dan memperkenalkan produk Depok Stocklost dengan biaya rendah.

- b. Bagaimana cara meningkatkan penjualan Depok Stocklosts secara signifikan.
- c. Bagaimana cara Depok Stocklost mengelola data penjualan yang ada dengan efektif.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengimplementasikan pembuatan website e-commerce untuk membantu Depok Stocklosts dalam memperkenalkan produknya.
2. Merancang suatu sistem yang dapat membantu pihak perusahaan untuk meningkatkan penjualan.
3. Merancang suatu sistem yang dapat membantu pihak perusahaan dalam proses pencatatan, dimana data pesanan, data pelanggan dan data produk dibuat sistem secara database yang membuat data tersimpan dengan baik dan terstruktur.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan kemudahan bagi pembeli pada toko Depok Stocklosts
2. Membantu Depok Stocklosts dalam upaya peningkatan penjualan.
3. Membantu Depok Stocklosts dalam pengelolaan transaksi penjualan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

Sistem Informasi adalah suatu sistem dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial, dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang dibutuhkan (McLeod, 2001).

Menurut Swastha (2004:403) penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain.

Menurut Swastha (2004:404) tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu :

- a. Mencapai volume penjualan
- b. Mendapatkan laba tertentu
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Menurut David Baum dalam W. Purbo dan Aang Wahyudi (2001) bahwa e-commerce merupakan suatu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

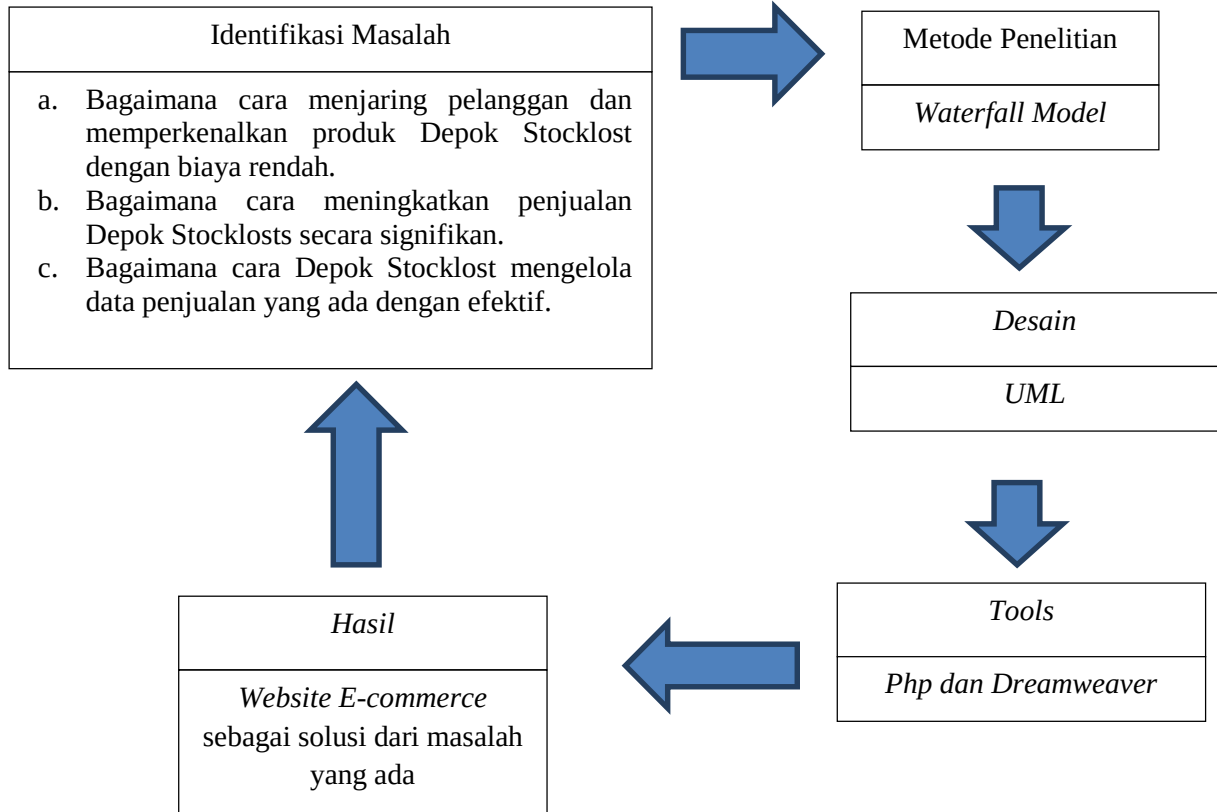
e-commerce sebagai sebuah sarana untuk melakukan kegiatan perdagangan dinilai sangat efektif dimana penjual dan pembeli dihubungkan secara langsung dalam dunia maya, dimana tidak diperlukan kontak secara fisik, sehingga banyak biaya yang dapat dipangkas. Perusahaan tidak perlu membuat anggaran khusus untuk mengiklankan produknya secara masal, konsumen tidak perlu mengorbankan tenaga untuk mendatangi toko, dan masih banyak lagi manfaat yang lain.

2.2. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian sebelumnya menurut Indrajani (2007:8) mengemukakan bahwa “Dengan mengaplikasikan sistem penjualan berbasis web (*web base*) PT. Sarang Imitasi dapat melakukan promosi/pengenalan produk-produk yang ada secara efisien dan efektif, kemudahan bagi pelanggan untuk dapat memperoleh informasi secara jelas mengenai produk-produk yang ada sehingga pelanggan tidak perlu datang langsung ataupun menunggu pengiriman informasi produk dan dapat mengurangi biaya pengiriman informasi produk dan mendukung sistem yang telah ada.”

Dalam penelitian sebelumnya menurut Jatmiko dkk. (2010:1) Bahwa “Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat, dewasa ini informasi dapat disajikan dalam berbagai bentuk yang menarik, salah satunya yang terkenal saat ini adalah sistem multimedia. Mal Puri Indah sebagai salah satu mal terkemuka di Jakarta, selalu berusaha meningkatkan pemasarannya dengan menerapkan beberapa alternatif promosi agar mampu bersaing dengan dengan mal -mal lainnya. Salah satu alternatif yang kami tawarkan adalah sistem promosi berbasis multimedia yang berupa *website*. *Website* ini menyediakan berbagai informasi penting tentang Mal Puri Indah dalam bentuk sistem multimedia yang menarik untuk para pengunjungnya maupun calon pengunjung (masyarakat) yang dapat melihatnya melalui *Website* Mal Puri Indah”.

2.3. Kerangka Pemikiran



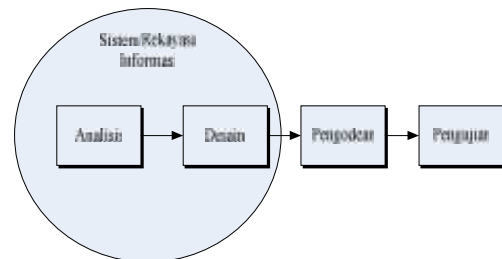
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Penelitian

3. METODE PENELITIAN

3.1. Metode Waterfall

Dalam melakukan konsep dasar model pengembangan sistem penulis menggunakan pendekatan model air terjun (*waterfall*).

Menurut Shalahuddin dan Ariani (2001:26) menjelaskan bahwa “Model SDLC air terjun (*waterfall*) sering juga disebut model sekuensial linier (*sequential linier*) atau alur hidup klasik (*classis life cycle*). Model air terjun menyediakan pendekatan alur hidup perangkat lunak secara sekuensial atau terurut dari analisis, desain, pengodean, pengujian dan tahap pendukung (*support*).”



Gambar 2.1.

Ilustrasi Model Waterfall

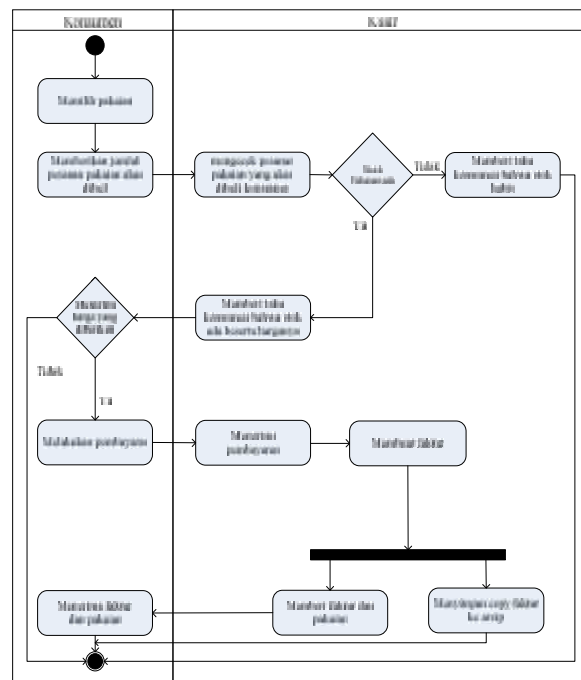
4.1. OBJEK PENELITIAN

Depok Stocklots adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan, menjual pakaian sisa *export* seperti Circo, Oskosh, Baby Gap, Old Navy, Carter, Jumping Beans, Hello Kitty, Nike, Adidas, Espirit.

Strategi marketing yang dijalani selama ini bervariasi, mulai dengan dengan berkunjung atau bertemu dengan si pembeli langsung dan juga membuat dan menyebarkan informasi tentang penjualan kami yang berbagai macam strategi dengan memberikan *discount*, *free* ongkos kirim, dan strategi lainnya melalui brosur maupun broadcast Black Berry Messenger, telephone dan SMS dan media lainnya. Depok Stocklots mempunyai komitmen memberikan kepuasan kepada pelanggan saat membeli barang pada produk yang dijual dengan kualitas baik dan harga yang terjangkau. Namun usaha penjualan pakaian dengan cara ini dalam mengerjakan proses transaksi penjualannya kurang efektif dan memakan banyak waktu dan biaya.

Prosedur yang di terapkan selama ini oleh Depok Stocklots dalam melakukan penjualan,

yaitu pembelian secara langsung dengan mendatangi outlet. Dalam proses bisnisnya konsumen datang langsung ke outlet Depok Stocklots, konsumen memilih pakaian yang akan dibeli. Kemudian memberikan pesanan pakaian yang akan dibeli kepada kasir. Kasir mengecek stok barang yang dipesan dipesan kosumen. Apabila barang ada, kasir memberi tahu konsumen bahwa barang ada beserta harganya. Apabila konsumen menerima harganya kemudian konsumen membayarkan sejumlah uang ke kasir dan kasir menerima pembayaran. Kemudian kasir membuat faktur lalu memberikan faktur kepada konsumen beserta pakaian yang dibeli konsumen dan menyimpan copy-an dari faktur ke arsip.



Gambar 4.1. Activity Diagram Prosedur Penjualan

5. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1. Analisa Kebutuhan Software

Sistem penjualan secara online berbasis web dimana penjual dan Kustomer tidak bertatap muka secara langsung. Calon Kustomer melakukan pembelian secara online melalui media browser. Berikut ini spesifikasi kebutuhan (*system requirement*) dari sistem *e-commerce*.

Halaman Kustomer :

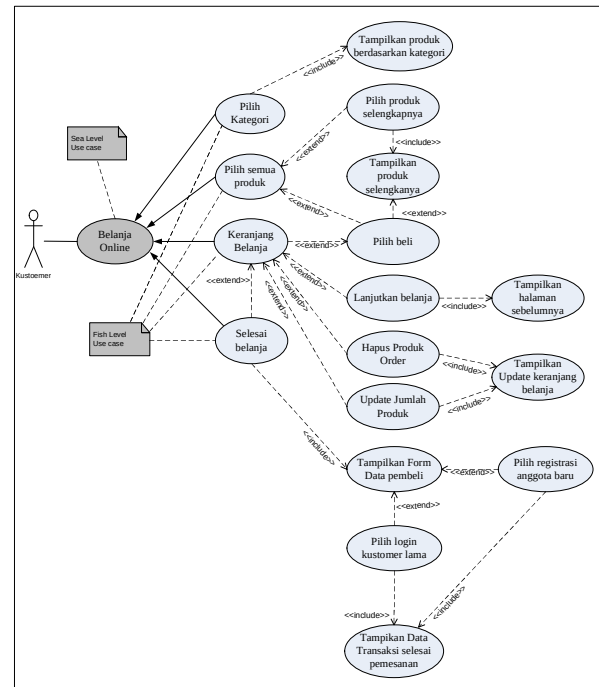
- A1. Kustomer memilih barang yang akan dibeli dan ditambahkan ke keranjang belanja
- A2. Kustomer bisa memfilter barang berdasarkan kategori
- A3. Sistem melakukan kalkulasi jumlah barang dan total Kustomeran
- A4. Kustomer bisa mengisi data registrasi *account*, dan alamat pengiriman.
- A5. Kustomer dapat login dengan account yang telah dibuat apabila belanja dilain waktu
- A6. Sistem melakukan konfirmasi Kustomeran via email
- A7. Kustomer bisa melakukan konfirmasi pembayaran.

Halaman Administrator :

- B1. Administrator dapat mengelola data barang
- B2. Administrator dapat mengelola data transaksi penjualan
- B3. Administrator dapat mengelola laporan penjualan
- B4. Administrator dapat mengelola data *account*

B. Use Case Diagram

1. Use Case Diagram Belanja Online Halaman Kustomer



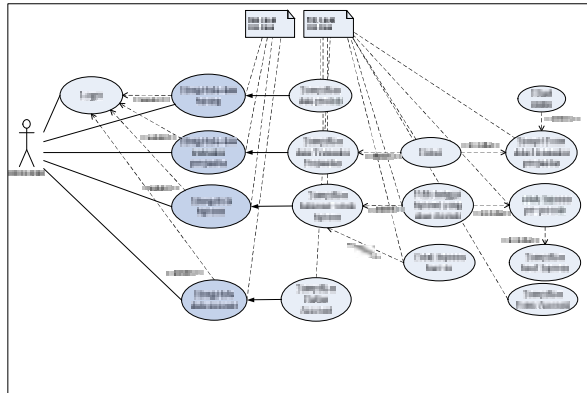
Gambar 5.1. Use Case Diagram Belanja Online Halaman Kustomer

Tabel 5.1. Deskripsi Use Case Diagram Penjualan Online Halaman Kustomer

<i>Use Case Name</i>	Belanja Online
<i>Requirements</i>	A1 - A7
<i>Goal</i>	Calon Kustomer dapat melakukan Kustomeran secara online via website
<i>Pre-conditions</i>	Kustomer membeli barang secara online
<i>Failed end conditions</i>	Kustomer membatalkan belanja secara online
<i>Primary actors</i>	Calon Kustomer
<i>Media Flow / Basic Path</i>	1. Kustomer memilih barang yang akan dibeli. 2. Kustomer menambahkan barang ke keranjang belanja. 3. Kustomer melakukan selesai belanja (<i>Checkout</i>) 4. Kustomer mengisi data registrasi dan alamat pengiriman 5. Kustomer selesai transaksi

	6. Kustomer menerima konfirmasi belanja lewat email 7. Kustomer mengkonfirmasi pembayaran
<i>Invariant</i>	-

2. Use Case Diagram Penjualan Online Halaman Administrator



Gambar 5.2. Use Case Diagram Penjualan Online Halaman Administrator

a. Use Case Diagram Mengelola Data Barang

Tabel 5.2. Deskripsi Use Case Diagram Mengelola Data Barang

<i>Use Case Name</i>	Mengelola data barang
<i>Requirements</i>	B1
<i>Goal</i>	Admin dapat menampilkan dan memanipulasi data barang
<i>Pre-conditions</i>	Administrator telah login
<i>Post-conditions</i>	Data barang tersimpan, ter-update, atau terhapus
<i>Failed end condition</i>	Gagal menampilkan dan memanipulasi data barang
<i>Primary actors</i>	Administrator
<i>Main flow / Basic path</i>	1. Administrator menampilkan daftar barang
<i>Alternate Flow / Invariant 1</i>	-

b. Use Case Diagram Mengelola Data Transaksi Penjualan

Tabel 5.3. Deskripsi Use Case Diagram Mengelola Data Transaksi Penjualan

<i>Use Case Name</i>	Mengelola Data Transaksi Penjualan
<i>Requirements</i>	B2
<i>Goal</i>	Administrator dapat melihat detail, dan mengubah status transaksi penjualan
<i>Pre-conditions</i>	Administrator telah login
<i>Post-conditions</i>	status data Transaksi penjualan terupdate
<i>Failed end condition</i>	Gagal mengubah status
<i>Primary actors</i>	Administrator
<i>Main flow / Basic path</i>	1. Administrator melihat daftar transaksi penjualan 2. Administrator melihat detail transaksi penjualan 3. Administrator mengubah status transaksi penjualan
<i>Alternate Flow / Invariant 1</i>	-

c. Use Case Diagram Mengelola Laporan Penjualan

Tabel 5.4. Deskripsi Use Case Diagram Mengelola Laporan Penjualan

<i>Use Case Name</i>	Mengelola Laporan Penjualan
<i>Requirements</i>	B3
<i>Goal</i>	Administrator dapat mencetak laporan penjualan
<i>Pre-conditions</i>	Administrator telah login
<i>Post-conditions</i>	Laporan penjualan tercetak
<i>Failed end condition</i>	Gagal mencetak laporan penjualan
<i>Primary actors</i>	Administrator
<i>Main flow / Basic path</i>	1. Administrator melihat halaman cetak laporan 2. Administrator mengubah tanggal laporan yang akan dicetak 3. Administrator mencetak laporan penjualan per periode
<i>Alternate Flow / Invariant 1</i>	2.a. Administrator mencetak laporan penjualan hari ini

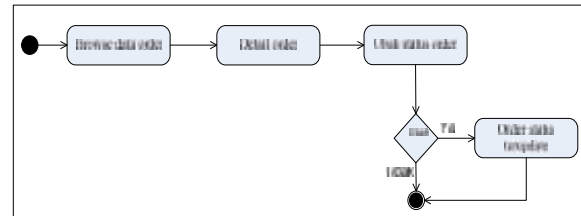
d. Use Case Diagram Mengelola Data Account

Tabel 5.5. Deskripsi Use Case Diagram Mengelola Data Account

<i>Use Case Name</i>	Mengelola Data Account
<i>Requirements</i>	B4
<i>Goal</i>	Administrator dapat menyimpan data account

<i>Pre-conditions</i>	Administrator telah login
<i>Post-conditions</i>	data <i>account</i> tercetak
<i>Failed end condition</i>	Gagal menyimpan data <i>account</i>
<i>Primary actors</i>	Administrator
<i>Main flow / Basic path</i>	1. Administrator menampilkan data <i>account</i>
<i>Alternate Flow / Invariant 1</i>	-

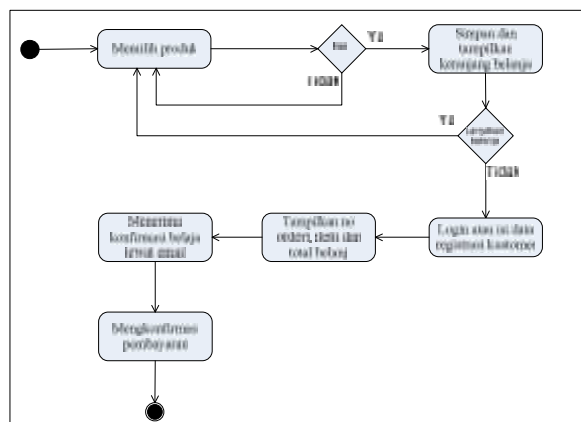
3. Activity Diagram Administrator Mengelola Data Transaksi Penjualan



Gambar 5.5. Activity Diagram Administrator Mengelola Data Transaksi Penjualan

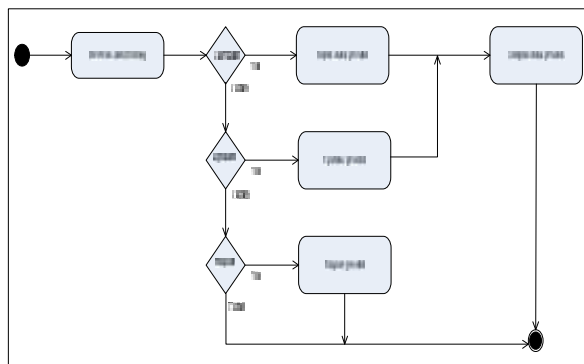
C. Activity Diagram

1. Activity Diagram Belanja Online Halaman Kustomer



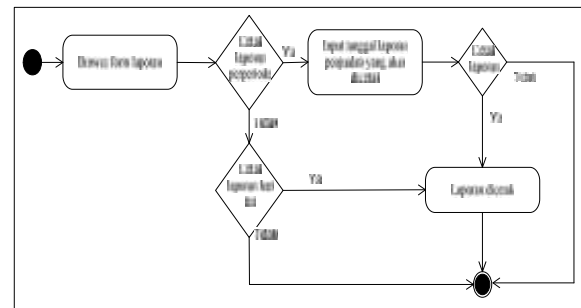
Gambar 5.3. Activity Diagram Belanja Online Halaman Kustomer

2. Activity Diagram Administrator Mengelola Data Barang



Gambar 5.4. Activity Diagram Administrator Mengelola Data Barang

4. Activity Diagram Administrator Mengelola Laporan Penjualan



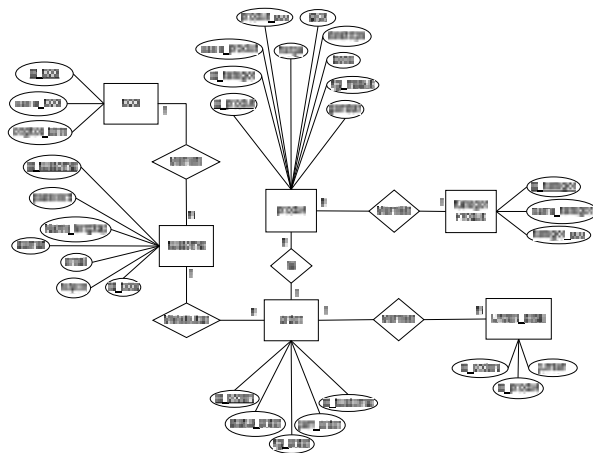
Gambar 5.6. Activity Diagram Administrator Mengelola Laporan Penjualan

5.2. Tahapan Desain

Pada tahap desain akan dijelaskan mengenai desain database, desain *software architecture* dan desain *interface* sistem yang dibuat.

1. Desain Database

Mengambarkan hubungan antar tabel yang dibuat beserta relasi antar tabel. Dalam penggambarannya menggunakan Entity Relationship Diagram. ERD (*Entity Relationship Diagram*) Sistem Usulan



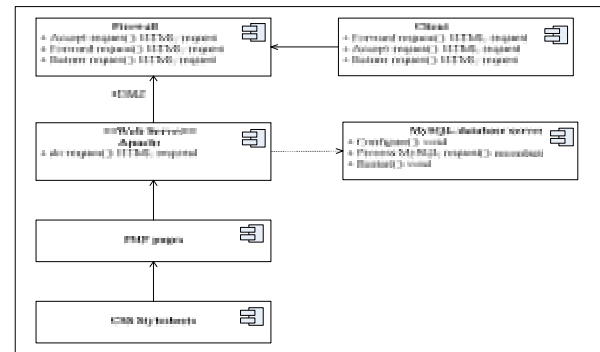
Gambar 5.7. ERD (Entity Relationship Diagram) Sistem Usulan

2. Desain Software Architecture

Software Architecture atau Arsitektur aplikasi perangkat lunak adalah proses mendefinisikan solusi terstruktur yang memenuhi semua persyaratan teknis dan operasional, sekaligus mengoptimalkan kualitas umum atribut seperti kinerja, keamanan, dan pengelolaan yang melibatkan serangkaian keputusan berdasarkan berbagai faktor, dan masing-masing keputusan ini dapat memiliki dampak yang cukup besar pada kualitas, kinerja, pemeliharaan, dan keberhasilan keseluruhan aplikasi.. Pada tahap ini akan digambarkan mengenai *component diagram* dan *deployment diagram*.

a. Component Diagram

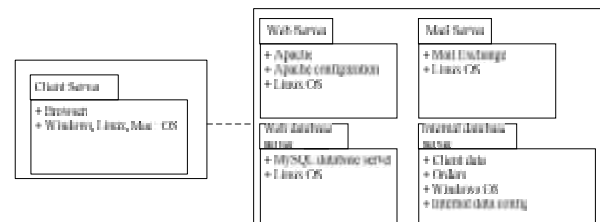
Component diagram menggambarkan struktur dan hubungan antar komponen piranti lunak, termasuk ketergantungan diantaranya. *Component diagram* juga dapat berupa interface yang berupa kumpulan layanan yang disediakan oleh komponen untuk komponen lainnya.



Gambar 5.8. Component Diagram Sistem Penjualan Online

b. Deployment Diagram

Menggambarkan tata letak sistem secara fisik, yang menampilkan bagian-bagian software yang berjalan pada hardware yang digunakan untuk mengimplementasikan sebuah sistem dan keterhubungan antara komponen hardware-hardware tersebut.



Gambar 5.9. Deployment Diagram Sistem Penjualan Online

3. Desain Interface

Pada tahap ini digambarkan tampilan program dari sistem usulan program aplikasi web.

1. Halaman Utama

Halaman ini berfungsi sebagai halaman depan atau *homepage* pada *website*. Pada halaman ini terdiri dari menu pilihan dan

beberapa kategori produk, dan juga untuk edit anggota.



Gambar 5.10. Tampilan Halaman Utama

2. Halaman Keranjang Belanja

Halaman ini berfungsi sebagai arah setelah *Kustomer* memilih produk untuk dibeli.



Gambar 5.11. Tampilan Keranjang Belanja

3. Halaman Data Kustomer

Halaman ini berfungsi sebagai arah setelah *Kustomer* memilih selesai belanja dari keranjang belanja.



Gambar 5.12. Tampilan Data Kustomer

4. Halaman Data Selesai Transaksi

Halaman ini berfungsi menampilkan data transaksi.



Gambar 5.13. Tampilan Data Selesai Transaksi

5.3. Tahapan Pengkodean

Desain harus ditranslasikan ke dalam program perangkat lunak. Hasil dari tahap ini adalah program komputer sesuai dengan desain yang telah dibuat pada tahap desain. Adapun untuk detail dari coding program tidak akan dibahas dalam jurnal ini.

5.4. Tahapan Pengujian

Pengujian fokus pada perangkat lunak secara dari segi *logic* dan *funksional* dan memastikan bahwa semua bagian sudah diuji. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir

kesalahan (*error*) dan memastikan keluaran yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan.

Pada tahap ini menjelaskan pengujian (*testing*) sistem yang dibuat dengan menggunakan *black box testing* untuk proses *input* dan *output* yang berhubungan dengan

proses bisnis penjualan online. *Black-Box Testing* merupakan pengujian yang berfokus pada spesifikasi fungsional dari perangkat lunak, tester dapat mendefinisikan kumpulan kondisi input dan melakukan pengetesan pada spesifikasi fungsional program.

Tabel 5.6.

Hasil Pengujian *Black Box Testing Form Login Kustomer*

No.	Skenario Pengujian	Test Case	Hasil Yang Diharapkan	Hasil Pengujian	Kesimpulan
1.	Mengosongkan semua isian data login kustomer , lalu langsung mengklik tombol login	email: (kosong) Password: (kosong)	Sistem akan menolak akses login dan menampilkan pesan “email dan password tidak dikenal”	Sesuai harapan	<i>Valid</i>
2.	Hanya mengisi data email dan mengosongkan data password, lalu mengklik tombol login	email:abc@gmail.com password: (kosong)	Sistem akan menolak akses login dan menampilkan pesan “email dan password tidak dikenal”	Sesuai harapan	<i>Valid</i>
3	Mengosongkan semua isi data kecuali <i>password</i> lalu mengklik tombol <i>login</i> .	email: (kosong) password: (kosong)	sistem akan menolak dan menampilkan pesan, anda belum mengisi email.	Sesuai harapan	<i>Valid</i>
4	Mengisi salah satu data dan mengklik tombol <i>login</i> .	email: abc@gmail.com password: (kosong)	sistem akan menolak dan menampilkan pesan, anda belum mengisi <i>password</i> .	Sesuai harapan	<i>Valid</i>
5.	Mengisi data dengan benar dan mengklik tombol <i>login</i> .	email: abc@gmail.com password: *****	sistem menerima akses login kemudian sistem akan menampilkan form selesai transaksi pembayaran.	Sesuai harapan	<i>Valid</i>

6. SIMPULAN DAN SARAN

6.1. Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang penulis uraikan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Dengan disediakannya web pada Depok *Stocklots*, dapat memudahkan bagi para

konsumen dalam melakukan pembelian dan juga dapat diakses oleh semua orang tanpa batasan waktu dan tempat selama terhubung dengan internet sehingga tidak harus datang langsung ke ruko.

2. Proses yang cepat dan data yang akurat mempermudah dalam proses transaksi penjualan, sehingga dapat memberikan

kepuasan bagi para konsumen maupun ruko itu sendiri.

3. Jika dilihat dari segi biaya pengeluaran lebih efisien setelah diterapkannya *web*, hal ini dikarenakan semua proses yang dilakukan mulai dari pemilihan produk sampai transaksi penjualan yang lebih mudah dan serba otomatis.
4. Belum tersedianya keamanan (*security*) untuk *web* online ini, sehingga kemungkinan dapat disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.

6.2. Saran

Dari kesimpulan diatas, penulis mencoba memberikan beberapa saran dengan harapan dapat bermanfaat bagi Depok Stocklots, diantaranya sebagai berikut:

1. Fasilitas atau menu untuk konfirmasi pembayaran masih terlalu sederhana yaitu untuk pengantaran barang yang dipesan konsumen masih dilakukan dari dalam perusahaan, belum diterapkan pengantaran melalui jasa pengantaran barang dari luar perusahaan.
2. Disediakkannya fasilitas keamanan pada *web* ini, sehingga dapat dilindungi dari hal-hal yang tidak diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Al-bahra. 2005. Analisis dan Desain Sistem Informasi. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [2] Andi. 2009. Menguasai XHTML, CSS, PHP dan MySQL. Yogyakarta: MADCOMS.
- [3] Anhar. 2010. Panduan Menguasai PHP & MySQL Secara Otodidak. Jakarta: Media Kita.
- [4] Elidjen, Firlyanti, Stephanus Judodihardjo dan Tofik Indrajadja. 2005. Aplikasi Sistem Penjualan Tiket Bioskop 21 Berbasis Web dan Wap. Yogyakarta: Universitas Bina Nusantara. (18 Juni 2005). Di ambil dari: <http://journal.uui.ac.id/index.php/Snati/article/viewFile/1342/1125>
- [5] Fowler, Martin. 2005. *UML Distilled*, Edisi 3. Yogyakarta: Andi.
- [6] Hakim, Lukmanul. 2008. Membongkar Trik Rahasia Para Master PHP. Lokomedia.
- [7] Hidayat, Irfan. 2006. Teknologi Informasi dan Komunikasi. Jakarta: PT. Widya Utama.
- [8] Indrajani, Wily. 2007. Analisis dan Perancangan Sistem Penjualan Berbasis Web pada PT. Sarang Imitasi. Yogyakarta: Universitas Bina Nusantara. (24 November 2007). Di ambil dari: <http://digilib.unsri.ac.id/download.pdf>
- [9] Jatmiko, Nurbo, Hadi Syahrial dan H.M. Misni. 2010. Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Dalam Layanan Penjualan Berbasis Web pada Mall Puri Indah. Yogyakarta: STMIK Antar Bangsa. (19 Juni 2010). Di ambil dari: <http://journal.uui.ac.id/index.php/Snati/article/viewFile/1879/1657>
- [10] Jogyanto, HM. 2005. Analisa dan Disain Sistem Informasi (Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis). Yogyakarta: Andi Offset.
- [11] Mcleod, Raymond. (2001). Sistem Informasi Manajemen. Edisi ke-tujuh : jilid 1. PT. Prenhallindo, Jakarta
- [12] Sutabri, Tata. 2005. *Analisa Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Shalahuddin, Muhammad, Rosa Ariani S. 2011. Modul Pembelajaran Rekayasa Perangkat Lunak. Bandung: Modula.

- [13] S. Pressman, Roger. 2001. Software Engineering A Practicioner Approach. Mc Graw hill. New York.
- [14] Swastha, Basu. 2004. Manajemen Penjualan. BPFE. Yogyakarta.
- [15] W. Purbo, Onno dan Aang Arif Wahyudi. 2001. "Mengenal ecommerce". Elex Media komputindo. Jakarta.
- [16] Wahyudi, Bambang. 2004. Pengantar Struktur Data & Algoritma. Yogyakarta : Andi.