



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 5 Tahun 2023 Page 3389-3398

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Sistem Informasi Penjualan Pada Jeeni Shop

Eri Mardiani^{1✉}, Ferdan Akbar Ramadhan²

Program Studi Informatika, FTKI, Universitas Nasional, Indonesia

Email: erimardiani1@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Jeeni Shop merupakan toko yang menyediakan berbagai macam kebutuhan elektronik dan fashion. Umumnya, JeEni Shop lebih mengutamakan kebutuhan untuk para remaja hingga dewasa. Saat ini sistem di JeEni Shop untuk melakukan promosi barang masih menggunakan facebook dan instagram tidak adanya penjualan jarak jauh yang bisa mempermudah perusahaan dalam memperluas wilayah pemasaran. JeEni Shop merupakan toko yang menerapkan model bisnis B2C (Business to Customer), dan konsumen harus datang sendiri ke lokasi dan pembayaran dilakukan secara tunai. Hal ini tentu menyulitkan para calon konsumen dari dalam dan luar kota, dikarenakan harus mengeluarkan biaya untuk mengunjungi JeEni Shop. Sehingga calon konsumen membutuhkan layanan pembelian dan pembayaran secara online dan transfer melalui rekening. Melalui pemanfaatan sistem informasi website ini, diharapkan mampu meningkatkan kebutuhan akan data dan informasi kepada calon konsumen JeEni Shop, dimana calon konsumen dapat melakukan pertukaran data dan informasi hingga transaksi tentang segala produk yang ada pada JeEni Shop....

Kata Kunci: *Business to Customer, sistem informasi, Penjualan, ecommerce.*

Abstract

Jeeni Shop is a shop that provides various kinds of electronic and fashion needs. Generally, Jeeni Shop prioritizes the needs of teenagers and adults. Currently, the system at Jeeni Shop for promoting goods still uses Facebook and Instagram, there is no long distance sales which could make it easier for the company to expand its marketing area. Jeeni Shop is a shop that applies a B2C (Business to Customer) business model, and consumers must come to the location themselves and payment is made in cash. This certainly makes it difficult for potential consumers from inside and outside the city, because they have to pay money to visit the Jeeni Shop. So potential consumers need online purchasing and payment services and transfers via account. Through the use of this website information system, it is hoped that it will be able to increase the need for data and information for potential Jeeni Shop consumers, where potential consumers can exchange data and information and make transactions about all products available at Jeeni Shop

Keywords: Business to Customer, information systems, Sales, ecommerce

PENDAHULUAN

Era informasi saat ini melibatkan banyak informasi dalam pengambilan keputusan, baik oleh individu, perusahaan, maupun instansi pemerintah. Informasi sudah semakin mudah diperoleh, sudah semakin bervariasi bentuknya dan semakin banyak pula kegunaannya. Dengan kemampuannya yang memudahkan pengaksesan informasi, komputer menjadi sangat berguna bagi siapa saja, tidak terbatas pada manajer atau staf dalam suatu organisasi, tetapi juga bagi para pelanggan yang ikut menikmati hasilnya.[2]

Jeeni Shop merupakan toko yang bergerak di bidang penjualan alat – alat elektronik dan pakaian yang masih memerlukan adanya perluasan wilayah dalam penjualan dan pemasaran produk yang disediakan baik untuk pelanggan didalam kota maupun diluar. Untuk promosi produk yang dijual pada Jeeni Shop saat ini hanya dilakukan dengan menggunakan Facebook. Pada saat ini cara pembelian pada toko Jeeni Shop adalah pelanggan secara langsung ke toko untuk melihat dan memesan produk yang disediakan. Dengan membangun sistem informasi penjualan pada Jeeni Shop maka dapat membantu toko dan pelanggan dalam melakukan transaksi jual beli.[7]

Ada banyak kemajuan teknologi yang tersedia dengan komputer. Komputer tidak hanya membantu kita dalam menyelesaikan pekerjaan, tetapi juga dapat menjadi alat yang menyenangkan dan berguna untuk digunakan. Untuk lebih memaksimalkan pekerjaan teknologi berbasis internet sangat mendukung pekerjaan secara online. Selain itu, dengan teknologi internet pekerjaan menjadi jauh lebih cepat dan lebih mudah selesai daripada penggunaan komputer tradisional. Perkembangan teknologi informasi sudah sedemikian pesat. Teknologi Internet menghubungkan ribuan jaringan komputer individual dan organisasi di seluruh dunia. [4][6]

Adapun bahasa pemrograman yang digunakan adalah Bahasa pemrograman Java dan menggunakan database MySQL, Java merupakan bahasa pemrograman yang bersifat umum/non-spesifik (general purpose), dan didisain untuk memanfaatkan dependensi implementasi seminimal mungkin dan dapat dijalankan di berbagai computer dengan menggunakan aplikasi Netbeans yang merupakan salah satu IDE yang paling tangguh saat ini.[3]

"Business to Customer" (B2C) adalah sebuah model bisnis di mana sebuah perusahaan menjual produk atau layanan secara langsung kepada konsumen individu. Dalam model ini, transaksi terjadi antara perusahaan dan pengguna akhir, yang juga dikenal sebagai konsumen. Tujuan utama dari bisnis B2C adalah memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen dengan menawarkan produk atau layanan yang memenuhi tuntutan khusus mereka. Berikut adalah beberapa fitur dan aspek kunci dari model bisnis B2C:[1]

1. Penjualan Langsung kepada Konsumen, Bisnis B2C menjual produk atau layanan mereka secara langsung kepada konsumen individu melalui berbagai saluran seperti toko online, lokasi ritel fisik, penjualan telepon, atau surat langsung.
2. Untuk perusahaan B2C menyesuaikan produk dan strategi pemasaran untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi basis konsumennya yang luas. Memahami perilaku dan preferensi konsumen adalah kunci kesuksesan dalam model ini.
3. Bisnis B2C sering menginvestasikan banyak sumber daya pada kegiatan pemasaran dan branding untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Ini termasuk iklan, pemasaran media sosial, kampanye email, dan lainnya.
4. Memberikan layanan pelanggan yang sangat baik adalah krusial dalam model B2C. Menanggapi pertanyaan konsumen, menangani pengembalian dan keluhan, serta memastikan kepuasan konsumen adalah aspek penting untuk menjaga hubungan positif dengan konsumen.
5. Dengan meningkatnya internet, e-commerce telah menjadi saluran penting bagi bisnis B2C. Platform belanja online dan situs web memungkinkan bisnis untuk mencapai audiens global dan menyediakan pengalaman belanja yang nyaman bagi konsumen.
6. Bisnis B2C sering menggunakan data pelanggan dan analisis untuk mempersonalisasi pengalaman belanja. Ini dapat mencakup rekomendasi personal, periklanan yang ditargetkan, dan penawaran produk yang disesuaikan berdasarkan preferensi konsumen.
7. Bisnis B2C biasanya menawarkan berbagai opsi pembayaran kepada konsumen, seperti kartu kredit, gateway pembayaran online, dan pembayaran tunai. Strategi penetapan harga dapat melibatkan diskon, promosi, dan program loyalitas untuk menarik dan mempertahankan konsumen.
8. Membangun kepercayaan dan kredibilitas dengan konsumen adalah penting dalam model B2C. Ulasan positif dan penilaian dari konsumen yang puas dapat sangat mempengaruhi reputasi dan kesuksesan bisnis.

Setidaknya ada enam alasan mengapa teknologi Internet begitu populer. Keenam alasan tersebut adalah Internet memiliki konektivitas dan jangkauan yang luas; dapat mengurangi biaya

komunikasi; biaya transaksi yang lebih rendah; dapat mengurangi biaya *agency*; interaktif, fleksibel, dan mudah; serta memiliki kemampuan untuk mendistribusikan pengetahuan secara cepat.[5][10]

Kondisi tersebut dapat dijadikan pemicu untuk menumbuhkan e-Commerce di Indonesia. Dengan semakin banyaknya pengguna Internet, diharapkan dapat mempengaruhi perilaku masyarakat dalam melakukan pembelian barang/jasa, yaitu dari pembelian secara konvensional ke e-Commerce. Pada saat ini jumlah e-shop di Indonesia sudah mencapai lebih dari dua puluh buah. Produk yang dijual bermacam-macam, seperti buku, komputer, telepon genggam, handicraft, dan t-shirt. [9]

Pertumbuhan ekonomi dalam dunia usaha mengalami perkembangan sangat pesat ditandai dengan munculnya perusahaan yang berusaha menciptakan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Perkembangan usaha memberikan gambaran bahwa kesejahteraan masyarakat semakin meningkat, sehingga menyebabkan peningkatan daya beli masyarakat. Dari sisi lain, perkembangan mengakibatkan timbulnya persaingan yang semakin ketat. (mardiani,2023)

METODE PENELITIAN

Data yang dikumpulkan untuk penelitian ini yaitu primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data primer berasal dari studi literatur seperti buku maupun jurnal. Adapun Teknik pengumpulan data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari media online maupun sumber-sumber lainnya. Studi pustaka akan digunakan untuk menjabarkan dan menganalisis data yang sudah dikumpulkan yang memiliki kaitan dengan penelitian ini .[8]

Selain metode kualitatif, kami juga menggunakan metode Pieces. Metode PIECES (Performance, Information, Economics, Control, Efficiency and Services):

1. Performance

Sistem yang digunakan sekarang memiliki beberapa masalah dalam hal performance yaitu:

- a. Response Time, waktu yang dibutuhkan dalam proses pembuatan laporan terlalu lama karena masih manual sehingga memperlambat proses kerja.
- b. Throughput atau jumlah informasi atau laporan yang dihasilkan kurang memadai, kurang lengkap dan terlambat.

2. Information

Sebuah sistem informasi yang baik akan menghasilkan informasi akurat, relevan dan tepat waktu.

- a. Tepat waktu, masih kesulitan dalam mencari informasi data barang yang diinginkan calon pembeli, hal ini menambah waktu pelayanan sehingga prosesnya memerlukan waktu yang lebih lama.
- b. Kurang akurat, karena hal ini dapat dilihat dari proses pencatatan, pencarian barang dan harga barang masih sering kurang akurat dan dalam pengambilan keputusan jadi kurang tepat.
- c. Relevan, informasi yang dibutuhkan oleh konsumen kurang dari yang diharapkan.

3. Economics

- a. Meminimalkan tempat penyimpanan data.

- b. Penggunaan kertas dan alat tulis membutuhkan biaya yang tidak sedikit.
- c. Apabila terjadi kesalahan pada penulisan maka data tidak dapat diedit karena disimpan dalam bentuk dokumen, meskipun dapat dipaksakan diedit tetapi dapat mengurangi kerapihan dan laporan terkesan kurang valid.

4. Control

Sistem informasi penjualan kurang maksimal karena masih terdapat kesalahan pencatatan baik secara disengaja ataupun tidak. Karena kendali terhadap keamanan sistem belum ada sehingga karyawan dapat mengakses yang bukan bidangnya.

5. Efficiency

Sumber daya yang dipakai lebih banyak karena masih melakukan dokumentasi manual yaitu terjadi pemborosan waktu, personil dan peralatan berupa kertas, terlebih jika terjadi kesalahan dalam pembuatan laporan.

6. Services

Proses penjualan barang menggunakan sistem manual, sehingga memungkinkan antrian dalam melakukan transaksi penjualan.

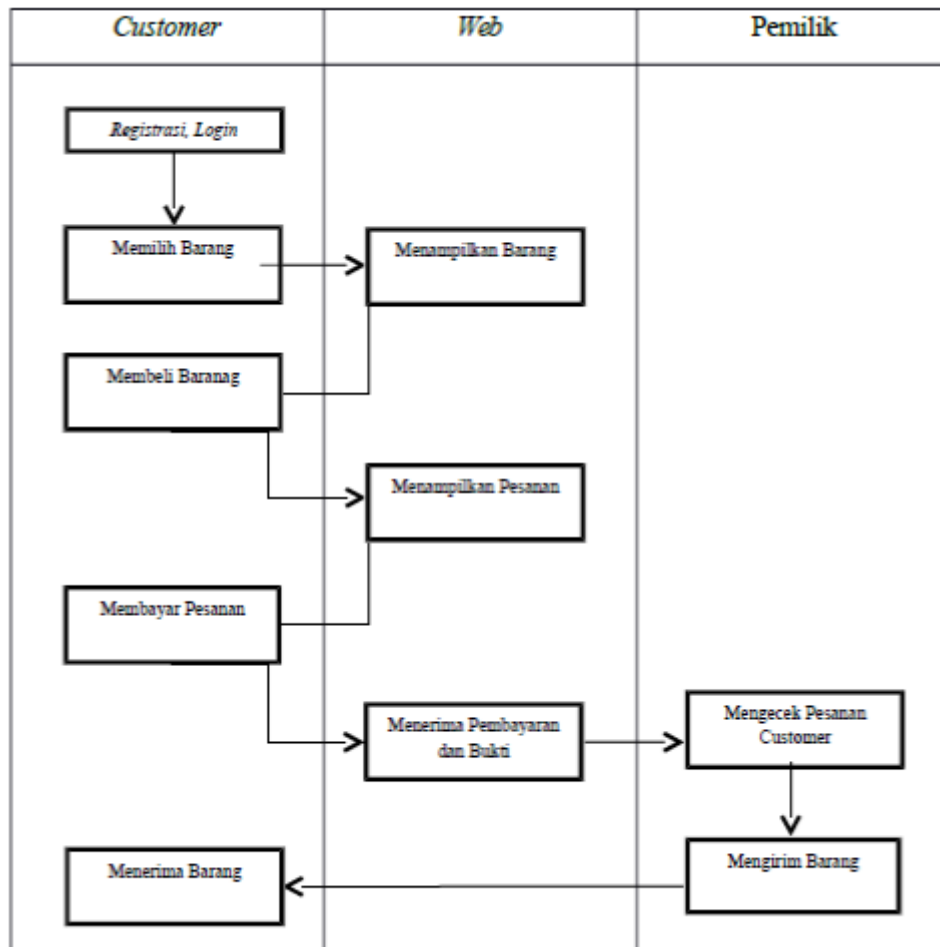
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pada sistem penjualan JeEni Shop dapat dilihat dengan mengevaluasi sistem berjalan saat ini, berikut kondisi sistem saat ini

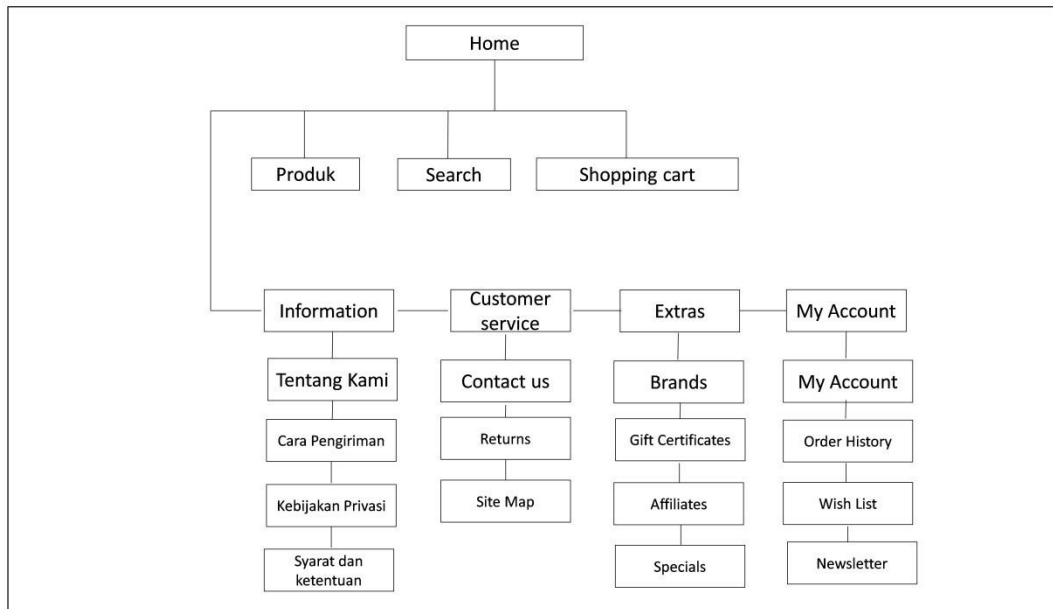
N	Masalah	Solusi
1	Transaksi penjualan masih dilakukan secara <i>offline</i> .	Dengan menggunakan sistem aplikasi penjualan berbasis <i>web</i> agar transaksi penjualan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja oleh pelanggan.
2	Pengolahan data penjualan dan persediaan barang masih menggunakan sistem pembukuan.	Dengan menggunakan sistem aplikasi penjualan berbasis <i>web</i> yang telah menggunakan <i>database</i> .
3	Proses pembuatan laporan dan penyimpanan data belum terorganisir dengan baik.	Dengan menggunakan sistem aplikasi ini pencatatan data penjualan dan persediaan barang akan tersimpan dengan baik.
4	Belum adanya media penjualan yang baik yang digunakan untuk memberikan informasi tentang keberadaan Toko Jeeni Shop.	Sistem aplikasi penjualan dapat menjadi media pemasaran yang lebih efektif.

Berdasarkan analisa sistem saat ini, untuk memenuhi kebutuhan dalam pengolahan data secara cepat dan efektif langkah selanjutnya adalah merancang sistem penjualan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan *customer* dalam melakukan transaksi pembelian secara cepat dan efektif. Dan berikut sistem informasi yang kami usulkan



Gambar 1 Sistem Informasi yang Diusulkan

Untuk mendukung sistem informasi diatas maka membuat desain menu web dengan beberapa menu pada halaman *index*.

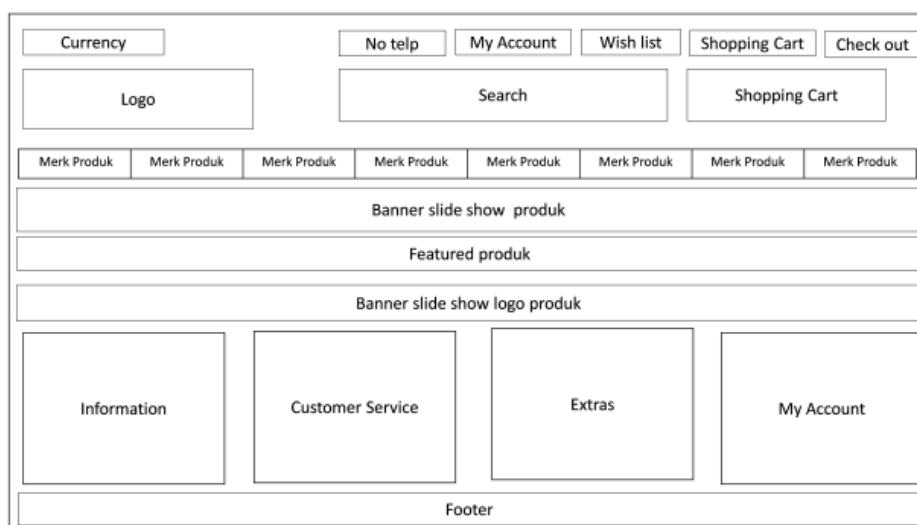


Gambar 2 Rancangan Struktur Menu Home

Desain website ditunjukkan pada Gambar 2, yang terbagi menjadi beberapa bagian yaitu:

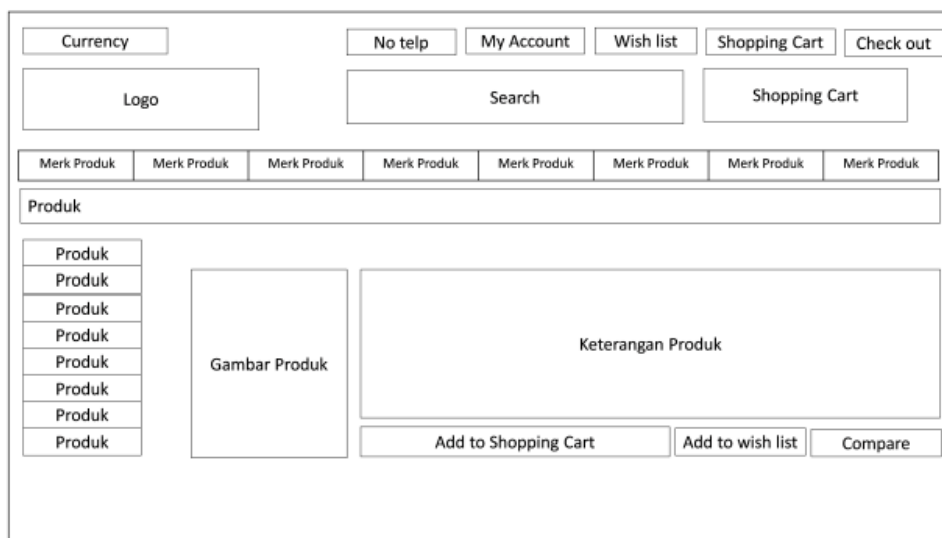
- Header*, bagian ini berisi informasi tentang JeEni Shop, beberapa menu *shortcut*, dan form *searching* barang.
- Content*, bagian ini berisi box-box yang berisi keterangan dan gambar barang barang yang dijual.
- Footer*, bagian ini berisi informasi pembuatan website seperti tahun dibuat website, programmer website dan informasi penting lainnya.

Halaman pertama yang terbuka ketika user mengakses *url* dimana sistem ini berada. Pada bagian atas terdapat *header* template yang terdiri dari gambar logo JeEni Shop, *form search*, *link* menu *Contact*, *Sitemap*, *Bookmark*. *Header template* tersebut terdapat pada semua halaman di sistem ini. Lalu pada tubuh halaman terdapat *link menu Informasi*, *Kategori*, *Tag*, *Online help*. Pada tengah halaman terdapat spesifikasi produk.

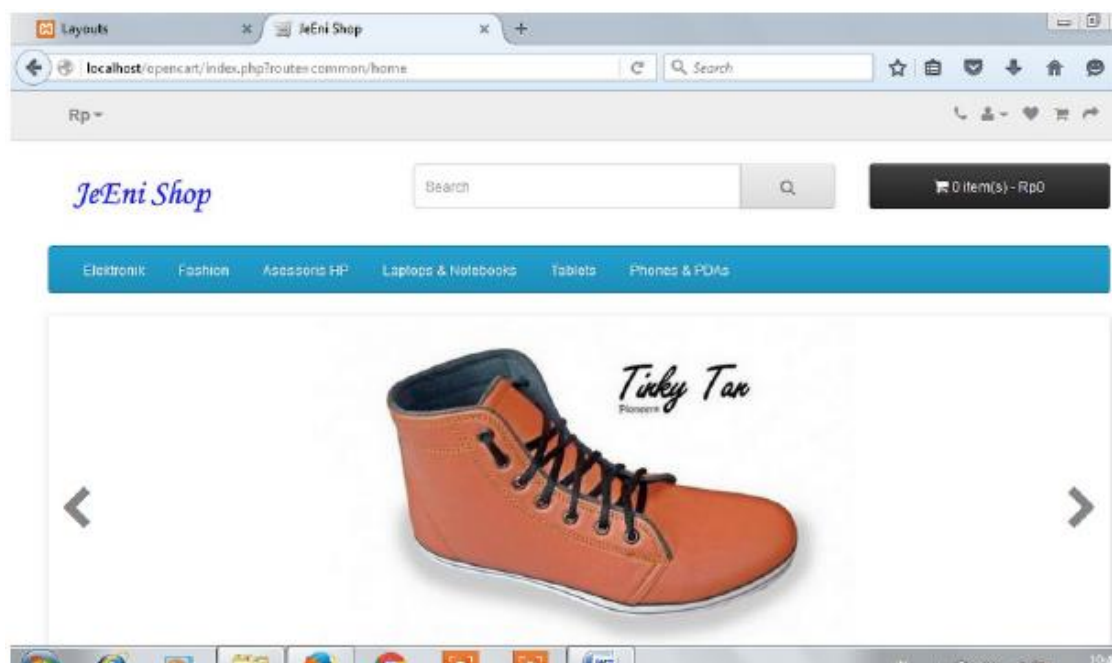


Gambar 3 Desain Halaman Admin

Penulis membuat design sebuah *website* penjualan yang dapat memaksimalkan promosi pada JeEni Shop Dengan sistem ini, diharapkan dapat meningkatkan penjualan pada JeEni Shop. Gambar 5 adalah implementasi yang diusulkan dari sisi pembeli.

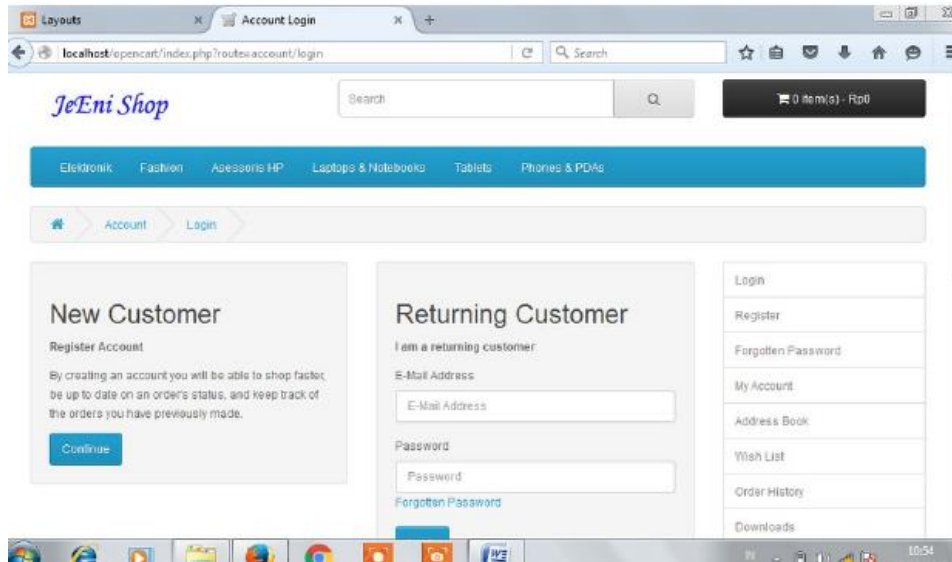


Gambar 4 Desain halaman Produk Kategori



Gambar 5 Halaman Utama

Pada Halaman diatas pembeli bisa melihat menu pada website JeEni Shop, dilanjutkan halaman produk seperti pada gambar



Gambar 6 Tampilan Halaman Produk

Halaman diatas digunakan oleh Pembeli (*customer*) untuk melihat semua produk.

SIMPULAN

Beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari penerapan sistem terhadap permasalahan yang ada dalam perancangan sistem informasi e-commerce pada Toko Jeeni Shop adalah:

1. Menggunakan sistem penjualan berbasis website, Toko Jeeni Shop dapat melakukan promosi atau pengenalan pakaian dan asesoris yang ada secara efisien dan efektif.
2. Konsumen dapat memesan pakaian dan asesoris dimana saja apabila terhubung dengan jaringan internet. Konsumen hanya perlu membuka website Jeeni Shop memilih produk dan melakukan pemesanan tanpa perlu dating ketempat.
3. Dengan rancangan sistem baru, Pembeli dapat melakukan transaksi secara online tidak harus datang langsung ke JeEni Shop dan pembayarannya dapat langsung ditransfer rekening JeEni Shop.

DAFTAR PUSTAKA

- Baran. 2008. Principles of Customer Relationship Management . New York:Thomson Sout-Western.
- Kadir, A (2014). Pengenalan Sistem Informasi Edisi Revisi. Andi.Yogyakarta.
- Mardiani, Eri, Nur Rahmansyah, Hendra Kurniawan, Dana Indra Sensuse, Jayanta. 2016. Kumpulan Latihan SQL, Jakarta : Elex Media Komputindo
- Mardiani, Eri, Nur Rahmansyah, Farid Al Rizky(2020). Perilaku Konsumen Terhadap E-commerce disaat pandemi covid 19 di Shop and Travel. Jurnal Informatik: Jurnal Ilmu Komputer 16(3), 212-217.

- Mardiani, Eri, Nur Rahmasyah, Wahyudi, Nurhafifah Matondang, Yunan Fauzi Wijaya, Farid Al Rizky. 2021. Kumpulan Latihan PHP, Jakarta : Elex Media Komputindo
- Mardiani, Eri,, Nur Rahmasyah, Satriawan Desmana, Ahmad Rifqi (2023). Analysis of Buyer's Trust in E-Commerce Shop And Travel Web. Jurnal SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi dan Industri , Vol. 20, No. 2, June 2023, pp.850 – 857
- Mardiani, Eri,, Nur Rahmasyah, Ira Kurniati (2023). Website Design At SDN Cipete Utara 07. Jurnal SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi dan Industri , Vol. 20, No. 2, June 2023, pp.891 – 898
- Mardiani, E., Hayati, N., Purnama, M. I. W., Ningsih, S., Darusalam, U., Handayani, T. E., & Rahmasyah, N. (2023). Kumpulan Latihan VB. Net. Elex Media Komputindo.
- Matondang, Nurhafifah, Eri Mardiani, Wahyudi, Praptiningsih, Akhmad Saebani, 2019. Aplikasi Komputer, Jakarta: Mitra Wacana Media
- Nurhadi . 2013 . Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan berbasis Cloud bagi usaha kecil dan menengah. Universitas Gunadarma.
- Nur Rahmasyah, Deta Mulyani, Eri Mardiani, Adityo Rahman. Perancangan Sistem Transaksi Berbasis Web Pada Ukm Pangkas Rambut Tasik. 2022. Jurnal Sistem Informasi Bisnis 3 (No.1), 22 – 31
- Pratama, I Putu Agus Eka.2014. Sistem Informasi dan Implementasinya. Bandung : Informatika