

ANALISIS DAN DESAIN WEBSITE E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PENJUALAN ELEKTRONIK (Studi pada CV Adiwahana Computer Kediri)

Rifqi Nur Fakhrurozi
Kertahadi
Riyadi
Fakultas Ilmu Administrasi
Email: rifqinurpakuruji@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyak perusahaan dagang dan jasa yang mulai menggunakan sistem e-commerce sebagai media penjualan online. Penggunaan e-commerce, informasi perusahaan bisa lebih cepat tersampaikan ke pelanggan dan jangkauan pemasaran lebih luas, sehingga diharapkan bisa meningkatkan penjualan. Penelitian ini mengadopsi aplikasi open source prestashop sebagai media pembuatan website e-commerce karena memiliki fitur lengkap dan banyak modul yang tersedia secara gratis. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kualitatif deskriptif dengan metode data analisis spiral yang dikemukakan oleh Cresswell. Proses dari analisis spiral adalah data managing, reading and memoing, describing classifying and interpreting, dan representing and visualizing. Hasil dari data analisis berupa sistem baru yang kemudian dilanjutkan ke proses membangun website e-commerce, mendesain layout website e-commerce, input data website e-commerce dan terakhir menampilkan hasil dari proses yang tadi dilakukan

Kata kunci : E-Commerce, Website, Online Marketing

ABSTRACT

The research was motivated by increased number of businesses and services that entering e-commerce system as online media sales. With e-commerce, company information that can be quickly loaded and delivered to the consumer, and reach more marketing. This study adopts an open source application as a media creation prestashop e-commerce website for full features and many modules are available for free. Type of research is descriptive qualitative research method with analytical method used is the data analysis spiral who proposed by Cresswell. Processes of analytical spiral method is data managing, reading and memoing, describing classifying and interpreting, dan representing and visualizing. The results of the data analysis spiral is a new system and then continued the process of building an e-commerce website, e-commerce website design, input data to e-commerce website and the last show was the result of the process is done

Keyword : E-Commerce, Website, Online Marketing

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi, mendorong banyak manusia untuk menciptakan inovasi - inovasi baru untuk membantu manusia dalam mendapatkan informasi. Kecepatan dan keakuratan informasi yang dulu memerlukan waktu yang lama kini dalam hitungan detik informasi tersebut sudah dapat diterima dan sudah kewajiban perusahaan untuk menyediakan informasi tersebut agar cepat dan mudah diterima konsumen. Banyak cara sebuah perusahaan untuk melakukan promosi, antara lain dengan memasang iklan melalui media cetak ataupun media elektronik, menyebarkan brosur,

memasang spanduk, dan lain sebagainya. Strategi pemasaran seperti itu membutuhkan biaya yang sangat besar dan terlihat monoton serta kurang menarik. Kesulitan lain juga terjadi dimana perusahaan kesulitan dalam menemukan pembeli yang tepat. Begitu juga dengan pihak konsumen kesulitan dalam mencari produk-produk yang dibutuhkan. Hal ini yang menyebabkan tuntutan pelayanan internet agar bisa melebihi promosi dari apa yang bisa diperoleh di dunia nyata untuk menjual barang-barang komoditi secara online.

Penjualan barang secara online atau bisa disebut *e-marketing* menurut (Kotler

2004:74) adalah *E-Marketing is the marketing side of E-Commerce, it consists of company efforts to communicate about, promote and sell products and services over the internet. E-Commerce* itu sendiri adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya (wikipedia). Penggunaan sistem *E-Commerce* menguntungkan banyak pihak, baik pihak konsumen, maupun pihak produsen dan penjual. Bagi pihak konsumen, menggunakan *E-Commerce* dapat membuat waktu berbelanja menjadi lebih singkat. Selain itu, harga barang-barang yang dijual melalui *E-Commerce* biasanya lebih murah dibandingkan dengan harga di toko, karena jalur distribusi dari produsen barang ke pihak konsumen lebih singkat dibandingkan dengan cara belanja yang konvensional. Selain bisa menjadi lebih cepat, di internet telah tersedia hampir semua macam barang yang biasanya dijual secara lengkap, sehingga walaupun proses pembelian dilakukan secara online, akan tetap banyak informasi penting didapatkan untuk produk yang akan dibeli.

Prestashop adalah salah satu aplikasi gratis *open source* yang menjadi media membuat website e-commerce, dan masih ada aplikasi lain yang bisa digunakan untuk membuat website e-commerce seperti osCommerce, OpenCart, dan lain lain. Penulis menggunakan prestashop karena selain memiliki fitur lengkap dan banyak modul – modul gratis sebagai *adds on* untuk website e-commerce yang akan dibangun, juga sudah ada developer dari Indonesia dan sub forum berbahasa Indonesia yang memudahkan pengguna untuk belajar tentang prestashop. Berdasarkan beberapa hal tersebut maka dimanfaatkan oleh perusahaan “CV Adi Wahana Computera” untuk merancang dan membuat *website*. Perusahaan “CV Adi Wahana Computer” merupakan perusahaan dagang yang menyediakan macam-macam perlengkapan *hardware* dan *software* yang telah memiliki banyak pelanggan baik di dalam kota Kediri maupun diluar kota Kediri. Oleh karena itu, diperlukan dalam pembangunan suatu teknologi informasi dan komunikasi yang berupa website e-commerce, dan mengangkatnya sebagai tugas akhir dengan judul “**Analisis dan Desain Website E-Commerce sebagai Media Penjualan Elektronik**”

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1. E-marketing

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

E-Marketing bisa disebut sebagai metode penjualan melalui internet, sedangkan e-commerce bisa disebut toko atau lapak untuk jualan di internet, dan ditoko tersebut terjadi proses penjualan, manajemen produk.

2.2. Definisi E-Commerce

Whitten (2004:21), mendefinisikan *e-commerce* sebagai pembelian dan penjualan barang dan layanan dengan menggunakan internet. Perdagangan elektronik atau e-commerce: *Electronic commerce*, terdiri dari penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, *world wide web* (www), atau jaringan komputer lainnya. E-commerce dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, sistem pengumpulan data otomatis

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

Berdasarkan pengertian mengenai definisi e-commerce tersebut, maka e-commerce adalah aplikasi berbasis web untuk melakukan proses penyampaian informasi dan penjualan melalui internet.

2.3. Wilayah E-Commerce

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

a. Business to Consumer (B2C)

1. Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarluaskan secara umum pula.

2. Service dilakukan juga bersifat umum, sehingga mekanismenya dapat digunakan oleh orang banyak..

3. Service yang diberikan adalah berdasarkan permintaan. Konsumen berinisiatif sedangkan produsen harus siap memberikan respon terhadap inisiatif konsumen tersebut.

b. Bussines to Bussines (B2B)

1. Trading partners yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama.

2. Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati.

3. Salah satu pelaku tidak harus menunggu partner merka lainnya untuk mengirimkan data.

4. Model uang umum digunakan adalah peer-to-peer, dimana processing intelligence dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis (Onno W, 2000:5)

c. Consumer to Consumer (C2C)

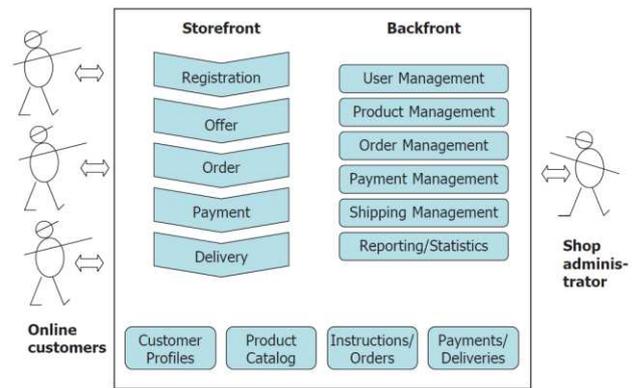
Sebagai besar pemasaran online ke konsumen ke konsumen dan komunikasi terjadi di web antara pihak yang berminat atas kisaran luas produk dan subjek. Dalam beberapa kasus, internet menyediakan alat yang sangat baik di mana konsumen dapat membeli atau menukarkan barang atau informasi secara satu sama lain. Misal Tokobagus.com, FJB kaskus.co.id, FJB Indomwebster.web.id dan situ/forum penjualan lainnya.

d. Consumer to Bussines (C2B)

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

2.4. Gambaran Modul E-Commerce

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



Sumber: Meier dan Stormer 2009:4

Gambar 1. Modul E-Commerce

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

2.5. Mekanisme E-Commerce

Transaksi elektronik antara *merchant* (pihak yang menawarkan barang atau jasa melalui internet dengan *e-customer* (pihak yang membeli barang atau jasa melalui internet) yang terjadi di dunia maya atau di internet pada umumnya berlangsung secara *paperless transaction*, sedangkan dokumen yang digunakan dalam transaksi tersebut menggunakan dokumen elektronik (*digital document*). Kontrak *online* dalam *e-commerce* menurut Santiago Cavanillas dan A. Martines Nadal, seperti yang dikutip oleh Arsyad Sanusi (2001:64) memiliki banyak tipe dan variasi yaitu :

a. Chating dan Video Conference

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

b. *E-mail*

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

c. *Web dan site*

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

3. METODE

3.1. Jenis Penelitian

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

Jadi, bisa disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang bertujuan memberikan solusi kepada pemakai sistem dalam hal desain dan pembuatan website ecommerce untuk memperluas pemasaran. Penelitian dilakukan tanpa uji hipotesis karena dalam penelitian ini yang dilakukan adalah mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan keadaan yang ada selama ini atau dalam kondisi kerja saat ini..

3.2. Fokus Penelitian

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

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

3.3. Lokasi dan Situs Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah kantor CV. Adi Wahana Computer yang beralamat di Jalan Hayam Wuruk Trade Center D/5 Kediri, Jawa Timur. Alasan pemilihan lokasi penelitian ini karena CV. Adi Wahana masih menggunakan manual dan penjualan online masih menggunakan *facebook* atau website *social media* yang lain, Dengan demikian diperlukannya solusi agar CV. Adi Wahana Computer mempunyai website sendiri dan memiliki domain sendiri.

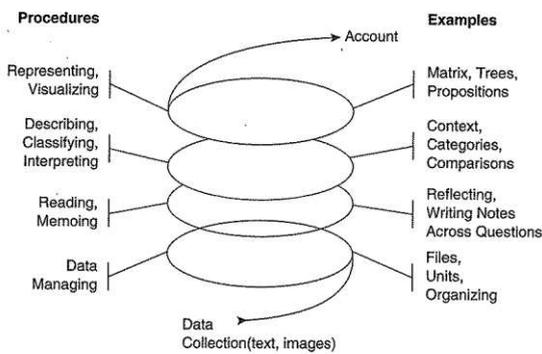
3.4. Metode Analisis Data

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

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

Adapun langkah – langkah dalam menganalisis data yaitu :

1. Menganalisis sistem informasi penjualan yang cocok untuk digunakan pada perusahaan dengan menggunakan data analisis spiral, di sebut analisis spiral karena *the processes of data collection, data analysis, and report writing are not distinct steps in the process, they are interrelated and often go on simultaneously in a research project.* Adapun langkah – langkahnya sebagai berikut (Creswell, 2007:151):
 - a. *Data Managing*, yaitu *All the data were organized into file folders and computer files according to the type of the data, for instance, observation field notes, interview transcripts, or document, etc.*
 - b. *Reading and Memoing*, yaitu *sketching ideas in the margin of field note, highlighting certain information in descriptions, writing observers comments, reflective passages, and also summarizing the materials.*
 - c. *Describing, Classifying, and Interpreting*, *in this process researcher's job is to describe in detail, dimensions through some classification system, and provide an interpretation in light of their own views of perspectives in the literatures.*
 - d. *Representing and Visualizing*, yaitu *creating a visual image of the information.*



Sumber : Cresswel, 2007:150

Gambar 2. Data analisis spiral

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

2. Desain Model

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

1. Desain logik (*Logical Design*)

- Diagram kontek (*Context Diagram*)
- *Data Flow Diagram Tahapan / Level (DFD Leveled)*
- *Flowchart*

2. Desain Fisik (*Physical Design*)

- Desain Teknologi

Dalam tahapan ini peneliti akan membuat suatu desain teknologi yang akan digunakan dalam sistem website ecommerce, yang meliputi teknologi komputer yang diantaranya terdiri dari perangkat keras (*hardware*), perangkat lunak (*software*), *user (brainware)* serta teknologi jaringan komputer dan komunikasi

- Desain Web

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

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. The Data Analysis Spiral

1. Data Managing

Pada porses data managing dibagi menjadi 2 yaitu

a. Web content managing

Dalam memenejemen isi website dilakukan dengan cara dokumentasi dan wawancara dengan pimpinan dan bagian pemasaran. Wawancara ini dilakukan dengan tujuan agar informasi yang di perlukan untuk membangun sebuah website

didapatkan dengan lengkap dan akurat. Beberapa data yang yang dikumpulkan:

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

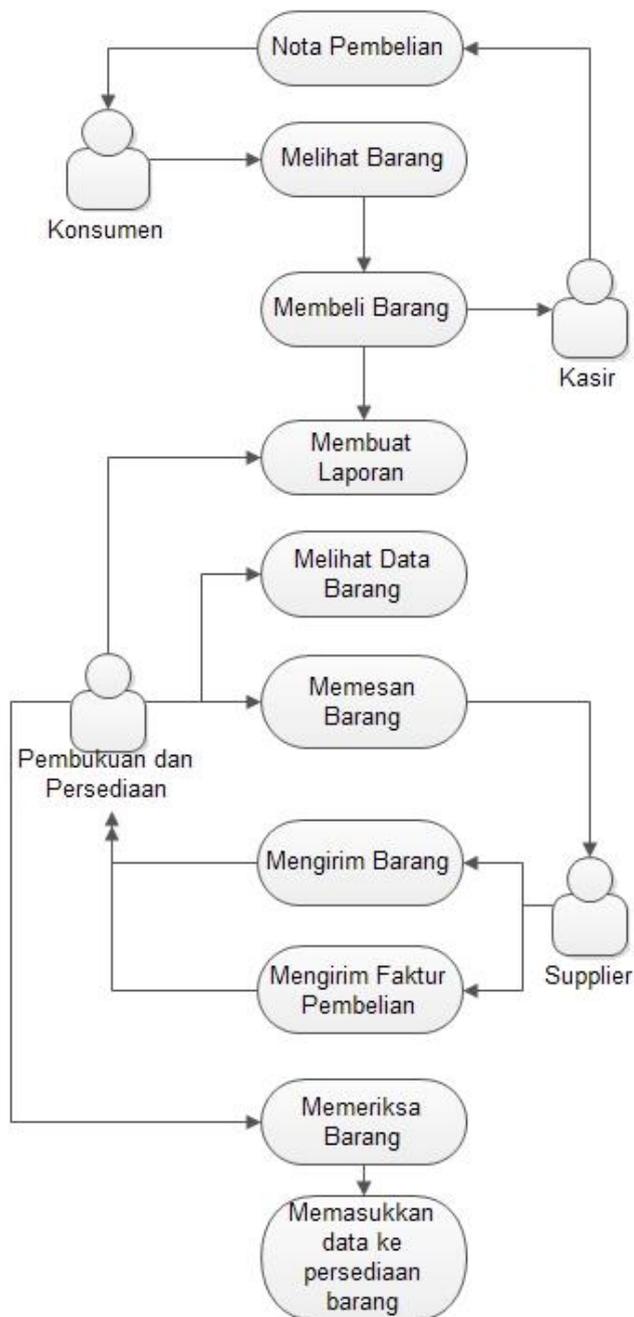
b. Application web build managing

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

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

2. Reading and Memoing

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



Sumber : data diolah

Gambar 3: Sistem penjualan saat ini

3. Describing, Classifying, Interpreting

Describing

Pada bagian ini peneliti mendeskripsikan tentang kekurangan atau masalah sistem informasi penjualan saat ini. Kekurangan dari sistem informasi penjualan saat ini adalah kegiatan penjualan masih dilakukan secara manual/offline sehingga kegiatan pemasaran hanya bisa dilakukan di daerah kediri dan sekitarnya dan penyampaian informasi produk dari perusahaan ke pelanggan juga membutuhkan waktu yang lama.

4. Classifying

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

Input :

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

Proses :

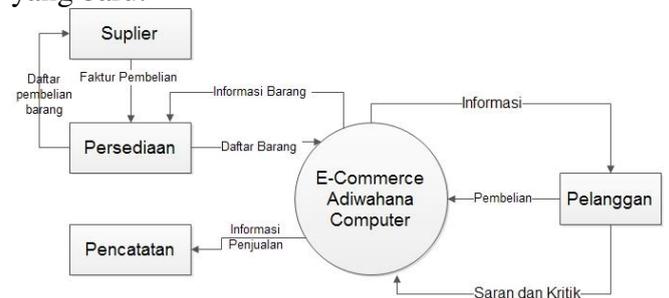
- Bagian pencatatan memproses data pembelian yang dikirim dari kasir
- Suplier memproses daftar barang yang akan dibeli perusahaan
- Database memproses input barang yang dilakukan bagian persediaan

Output :

- Output dari bagian pencatatan berupa laporan penjualan dari proses yang dilakukan
- Setelah daftar barang yang dikirim bagian persediaan diproses oleh suplier maka menghasilkan keluaran berupa faktur pembelian
- Daftar barang yang baru dibeli oleh bagian persediaan kemudian dimasukkan dan diproses di database menghasilkan keluaran data daftar barang yang baru.

5. Interpreting

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

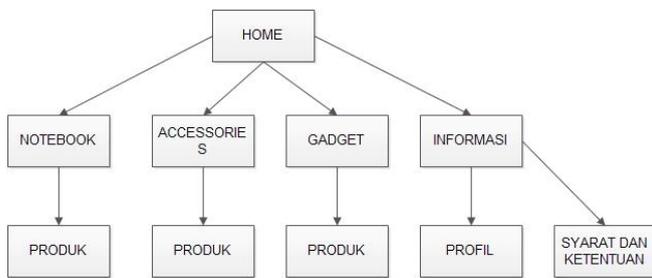


Sumber : data yang diolah

Gambar 4: diagram konkek sistem baru

6. Representing, Visualizing

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



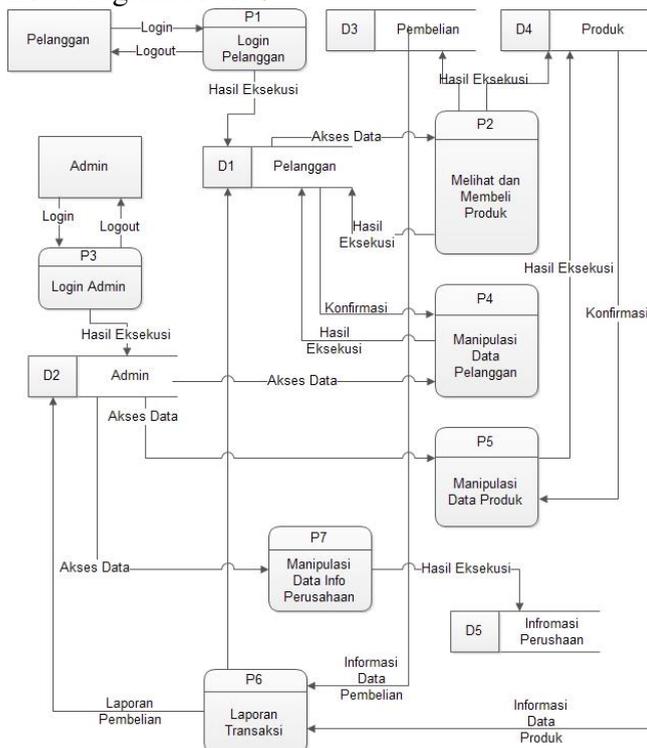
Sumber : data diolah

Gambar 5: tampilan sitemap

4.2. Desain Model Sistem

4.2.1. Desain Logik

Desain logik digambarkan dengan menggunakan suatu diagram yang disebut dengan *Data Flow Diagram* atau Diagram Arus Data. DFD sering digunakan untuk menggambarkan sistem yang telah ada ataupun sistem baru yang akan dikembangkan secara logika tanpa mempertimbangkan terlebih dahulu lingkungan fisik dimana data mengalir atau data disimpan. Pertama kali, DFD akan digambarkan pada level tertinggi atau Diagram Konteks, dimana diagram tersebut merupakan dasar dari model desain sistem logik ini, berikut adalah data flow diagram level 0



Sumber : data yang diolah

Gambar 6: DFD level 0

4.2.2. Desain Fisik

Desain fisik mewakili teknis spesifik seperti kelengkapan informasi, mudah diakses, mudah pengoperasian, tampilan berkualitas dan menarik. Desain fisik dapat menunjukkan bagaimana nantinya sistem yang akan dibuat dapat diterapkan. Menu perencanaan dan pembuatan

website e-commerce sebagai media penjualan elektronik dapat dilihat sebagai berikut:

a. Membangun web

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

1. Menginstal XAMPP server digunakan untuk membuat server lokal
2. Membuat database kosong yang nantinya dihubungkan ke instalasi prestashop
3. Menginstal aplikasi prestashop

b. Mendesain Layout

Menarik atau tidaknya website sangat tergantung dalam pembuatan layout dasar dan penambahan animasi. Adapun hal – hal yang perlu dilakukan dalam mendesain layout.

1. Menginstal template yang kemudian disesuaikan lagi dengan keinginan
2. Membuat logo banner header dengan menggunakan adobe photoshop
3. Menambahkan animasi dengan menggunakan modul animasi slide.

c. Input Data

Data yang tadi sudah dikumpulkan sebagai *web content* kemudian dimasukkan ke dalam website ecommerce

1. Input data produk yang dijual
2. Input data informasi tentang perusahaan
3. Membuat data *shipping* untuk menentukan biaya pengiriman

d. Instalasi Modul

Modul adalah file fungsi yang dapat ditambahkan dan dihilangkan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan web developer pada saat membangun situs berbasis e commerce tersebut. Berikut modul yang ditambahkan :

1. Multi YM status block untuk menambahkan menu chatting via yahoo
2. Mandiri payment untuk menambahkan metode pembayaran melalui mandiri
3. BCA payment untuk menambahkan metode pembayaran melalui bca.

e. Tampilan website yang sudah dibuat

1. Halaman index



Sumber : data diolah

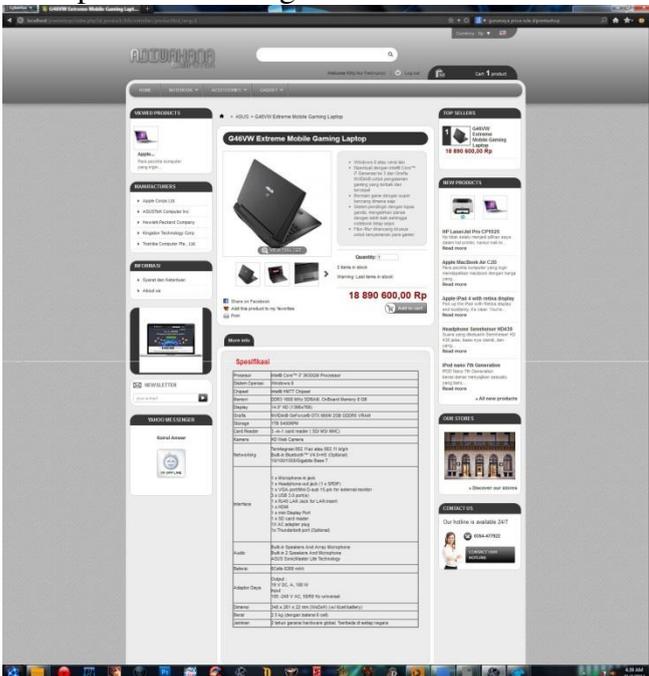
Gambar 7: halaman index/home

2. Form Login

Sumber : data diolah

Gambar 8: Form Login

3. Spesifikasi barang



Sumber : data diolah

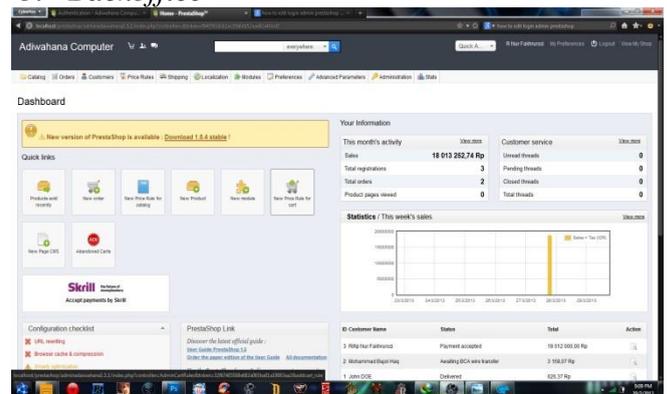
Gambar 9: Spesifikasi barang

4. Login admin

Sumber : data diolah

Gambar 10: Form login admin

5. Backoffice



Sumber : data diolah

Gambar 11: backoffice

4.2.3. Desain Teknogi

a. Perangkat lunak (software)

Sistem ini dibuat dengan bahasa pemrograman PHP dan MySQL, yang memanfaatkan program prestashop dan dengan OS windows 7 ultimate.

b. Perangkat Keras (Hardware)

Perangkat keras atau *Hardware* yang digunakan. Untuk menerpakan perencanaan dan pembuatan website sebagai media penjualan elektronik, peneliti memberikan usulan mengenai spesifikasi, yaitu:

Processor : core i7 *second generation extreme edition*

RAM : 8gb dual

Monitor : SVGA 17"

Keyboard : P/S 2 (110 key)

Mouse : Vtrek

VGA : Atiradeon 5870 *mobile editionn*

Tabel Perbedaan sistem lama dan sistem baru

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

Proposisi

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

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

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

- CV adiwahana Computer memiliki potensi yang cukup baik sebagai salah satu perusahaan dagang dalam bidang Computer dan Hardware yang mendapat kepercayaan untuk membantu masyarakat dalam memberikan layanan. Potensi yang dimiliki oleh CV Adiwahana Computer Kediri adalah:
 - Banyaknya pelanggan luar kota yang datang langsung ke toko Adiwahana Computer Kediri
 - Bekerja sama langsung dengan accer point, astrindo cabang surabaya
 - Tersedianya fasilitas dalam menunjang kegiatan CV adiwahana Computer dari komputer dan jaringan internet. Beberapa kegiatan perusahaan sudah menggunakan komputer seperti, pencatatan data produk, membuat laporan setoran *customer*, dan lain lain.
 - Memiliki karyawan yang ahli dalam masing – masing bagian
- Penerapan analisis dan desain website ecommerce sebagai media penjualan elektronik akan mampu meningkatkan kinerja dalam kegiatan penjualan agar CV Adiwahana Computer dapat lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas.

5.2. Saran

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

- Fasilitas yang ada harus lebih ditingkatkan mengingat saat ini fasilitas yang dimiliki terbatas.

2. Diperlukan karyawan atau tenaga khusus (*webmaster*) untuk mengelola sistem ini agar dapat bekerja dengan baik dan pembagian pekerjaan (*job discription*) jelas
3. Fitur dan kegunaan sistem ini harus dikembangkan lagi agar dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dan sebagai layanan masyarakat.
4. Keamanan sistem harus lebih ditingkatkan karena sistem ini berkembang ke arah yang lebih profesional untuk dapat menyediakan informasi yang baik.
5. Agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang mengunjungi suatu website, diharapkan untuk selalu melakukan peng-update'an website secara berkala sehingga website menjadi lebih dinamis karena informasi didalamnya selalu mengikuti perkembangan yang up to date
6. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan sistem ini yang lebih *commercial* karena bisa mendapatkan keuntungan pasif. Selain bisa manjadi alat publikasi dan promosi, sistem ini dapat memberikan keuntungan pasif seperti penempatan iklan pihak lain dalam web ini
7. Perlu adanya perawatan (*maintenance*) terhadap *hardware* maupun *software* yang terencana dan rutin

DAFTAR PUSTAKA

<http://www.daveegerton.com/prestashop-guides/Prestashop-Developers-Guide.html>, diakses 3 April 2013, 09.00

- Andreas, Meier dan Henrik Stormer. 2009. *eBusiness and eCommerce Managing the Digital Value Chain*. Verlag Berlin Heidelberg: Springer
- Arikunto, Suharsimi. 2005. *Manajemen Penelitian Edisi Revisi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Creswell, John W. 2007. *Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among Five Approaches*. London: Sage Publication Inc.
- Edhy, Sutanta. 2003. *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Effendy, Onong Uchjana. 1984. *Sistem Informasi Dalam Manajemen*. Jakarta: Alumni.
- Hartono, Mulia. 2004. *7 Langkah Mudah Membangun Sistem Informasi ERP*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Jogyanto HM., MBA. 2005. *Analisis Dan Desain Sistem Informasi Manajemen*. Edisi kelima: Pendekatan Terstruktur Teori Dan Praktek Aplikasi Bisnis & Sistem Teknologi Informasi. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Kotlet, Philip dan Armstrong Garu. 2003. *Dasar – dasar Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Ideks Gramedia.
- Ladjamudi, Al - Bahra. 2005. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Laudon, Kennet C. Dan Jane P. Laudon. 2008. *Sistem Informasi Manajemen, Buku 1 Edisi 10: Mengelola Perusahaan Digital*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Martin, Merle P.wan. 2004. *Hermawan Kertajaya On Brand Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung : PT Mizan Pustaka.
- McLeod, Raymond Jr. 2004. *Sistem Informasi Manajemen. Edisi Bahasa Indonesia Jilid II*. Diterjemahkan oleh: Hendra Teguh SE, Ak. Editor: Hardi Sukardi MBA, MSc., SE. Jakarta: PT Prenhallinda
- Model Konsep E-Commerce (online), (<http://www.cs.ubc.ca/wccce/program02/waqar/waqar.htm>, diakses 4 Mei 2012, pukul 17.00)
- Murdick, Robert G. 1986. *Sistem Informasi untuk Manajemen Modern*, Edisi Ketiga. Jakrta: Erlangga
- Oetomo, Budi Sutedjo. 2002. *Perencanaan Dan Pembangunan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Purbo. Onno W. 2000. *Mengenal E-Commerce*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Sanusi, M Arsyad. 2001. *E-Commerce Hukum dan Solusinya*. Jakarta: Mizan Grafik Sarana
- Scott, George M. 1996. *Management Information Systems International Student Edition*. Universitas Michigan: McGraw-Hill
- Scott, George M. 2004. *Prinsip – Prinsip Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Rajawali Pers Citra Niaga Buku Perguruan Tinggi
- Skema Database Prestashop (online)
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sutabri, Tata 2005. *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Whitten, Jeffry L., Lonnie D. Bentley., Kevin C. Dittman. 2004. *Metode Desain & Analisis Sistem*, Edisi keenam. Yogyakarta: Penerbit Andi