

RANCANG BANGUN WEB ECOMMERCE DENGAN DASHBOARD SYSTEM AKSESORIS DAN MAINAN ANAK PADA UD SINAR GEMILANG SURABAYA

Domingos Sinorio de Araujo¹⁾, Ani Farida²⁾, Indah Dwi Mumpuni³⁾
Program Studi Sistem Informasi STMIK PPKIA Pradnya Paramita Malang
sinorio.domingos@gmail.com¹⁾, enistimata@gmail.com²⁾, indah@stimata.ac.id³⁾

Abstract

The scope marketing of UD Sinar Gemilang is still based in the Surabaya and is still face to face marketing (face-to-face with the customers). Moreover, if existing the remaining stock of products distributed then UD Sinar Gemilang can't sell them in retail. This Ecommerce can help UD Sinar Gemilang sell the remaining stock and also expand the marketing network. This ecommerce was designed using object-oriented methods, namely the making Use Case, Activity Diagram, Sequence Diagram and Class Diagram for designing and documenting software systems based Data flow. This ecommerce has two pages, admin pages and user pages. Admin login divided into two levels: admin and super admin. Admin can only access content that is transactional, while for the control fully assigned to the owner as Super admin. Admin page load master data, such as product data, user data, customer data, transaction data and reports. User pages can be accessible by anyone without limitation of the right access, but users are required to make a reservation for the first login, the user page contains product data and transaction.

Keywords: customers, marketing, ecommerce.

Abstrak

Lingkup pemasaran UD Sinar Gemilang masih berbasis di Surabaya dan masih menggunakan pemasaran tatap muka (berhadapan langsung dengan pelanggan). Terlebih lagi, jika stok produk yang didistribusikan masih tersisa, UD Sinar Gemilang tidak dapat menjualnya secara ritel. E-commerce ini dapat membantu UD Sinar Gemilang menjual stok yang tersisa dan juga memperluas jaringan pemasarannya. E-commerce ini dirancang menggunakan metode berorientasi objek, yaitu pembuatan Use Case, Activity Diagram, Sequence Diagram, dan Class Diagram untuk mendesain dan mendokumentasikan sistem perangkat lunak berbasis alur data. E-commerce ini memiliki dua halaman, halaman admin dan halaman pengguna. Login admin dibagi menjadi dua level: admin dan super admin. Admin hanya dapat mengakses konten yang bersifat transaksional, sedangkan kontrol penuh diberikan kepada pemilik sebagai Super admin. Halaman admin memuat data master, seperti data produk, data pengguna, data pelanggan, data transaksi, dan laporan. Halaman pengguna dapat diakses oleh siapa saja tanpa batasan hak akses, tetapi pengguna diharuskan melakukan reservasi untuk login pertama. Halaman pengguna berisi data produk dan transaksi.

Kata kunci: pelanggan, pemasaran, e-commerce.

PENDAHULUAN

Teknologi informasi adalah sebuah dunia yang selalu dinamis dan mudah berubah, yang menjadi *trend* saat ini belum tentu akan menjadi *trend* di tahun berikutnya. Hal tersebut juga terjadi dalam dunia bisnis. Banyak perusahaan yang saat ini memanfaatkan media-media teknologi tersebut khususnya media internet.

Internet menjanjikan pasar yang besar bagi setiap perusahaan dalam memasarkan produk-produknya, sekaligus sebagai media untuk melakukan transaksi keuangan yang dikenal dengan istilah *e-commerce*.

E-commerce akan mengubah semua kegiatan marketing dan juga sekaligus memangkas biaya-biaya operasional untuk kegiatan *trading*

(perdagangan). Saat ini lingkup pemasaran UD Sinar Gemilang masih berpusat di kota Surabaya dan sekitarnya sehingga pelanggan yang berada di luar kota kesulitan untuk melihat produk yang dipasarkan oleh UD Sinar Gemilang secara langsung.

Karena selama ini kegiatan pemasaran yang ada pada UD Sinar Gemilang masih bersifat *face to face marketing* (tatap muka secara langsung dengan konsumen). Selain itu UD Sinar Gemilang juga memiliki permasalahan lain yaitu apabila ada sisa stok dari produk yang didistribusikan maka UD Sinar Gemilang tidak dapat menjualnya karena selama ini hanya melayani distribusi dalam partai besar.

E-Commerce

Menurut Wirdasari (2009:324), *e-commerce* merupakan kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*Costumers*), manufaktur (*Manufactures*), *serviceproviders*, dan pedagang perantara (*Intermediaries*) dengan menggunakan jaringan komputer (*Computer network*) yaitu internet.

Menurut Pujohastomo (2011:2), *e-commerce* adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang mengfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik dua buah institusi maupun antar institusi dan konsumen langsung.

Berdasarkan pada kedua defenisi di atas dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis seperti pertukaran barang atau jasa antar konsumen dan penyedia dengan memanfaatkan media internet.

Klasifikasi E-Commerce

Menurut Wirdasari (2009:328), Secara umum *e-commerce* dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis yaitu:

Business to Business (B2B)

Adalah sistem komunikasi bisnis *on-line* antar pelaku bisnis, Dalam *Business to Business* pada umumnya transaksi dilakukan oleh para *trading partners* yang sudah saling kenal dengan format data yang telah disepakati bersama.

Karakteristiknya:

- a. *Trading partners* yang sudah diketahui dan umum memiliki hubungan (*relationship*) yang cukup lama. Informasi hanya dipertukarkan dengan *partner* tersebut. Dikarenakan sudah mengenal lawan komunikasi, maka jenis informasi yang dikirimkan dapat disusun sesuai dengan kebutuhan dan kepercayaan (*trust*).
- b. Pertukaran data (*data exchange*) berlangsung berulang-ulang dan secara berkala, misalnya

setiap hari, dengan format data yang sudah disepakati bersama. Dengan kata lain, servis yang digunakan sudah tertentu. Hal ini memudahkan pertukaran data untuk dua entiti yang menggunakan standar yang sama.

- c. Salah satu pelaku dapat melakukan inisiatif untuk mengirimkan data, tidak harus menunggu partnernya.
- d. Model yang umum digunakan adalah *peer-to-peer*, dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.

Business to Customer (B2C)

Business to Costumers merupakan mekanisme toko *on-line (Electronic Shopping Mall)*, yaitu transaksi antara e-merchant dengan *e-customers*. Sedangkan dalam B2C sifatnya terbuka untuk publik, sehingga setiap individu dapat mengaksesnya melalui suatu *web server*.

Karakteristiknya:

1. Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarkan ke umum.
2. Servis yang diberikan bersifat umum (*generic*) dengan mekanisme yang dapat digunakan oleh khalayak ramai. Sebagai contoh, karena sistem web sudah umum digunakan maka servis diberikan dengan menggunakan basis web.
3. Servis diberikan berdasarkan permohonan (*on demand*). Kostumer melakukan inisiatif dan produser harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan.
4. Pendekatan *client/server* sering digunakan dimana diambil asumsi *client (customer)* menggunakan sistem yang minimal (berbasis web) dan *processing (business procedure)* diletakan di sisi server.

Tahapan-Tahapan e-Commerce

Seperti halnya dalam aktivitas bisnis konvensional, system *e-commerce* juga melalui tahapan-tahapan aktivitas tertentu yang biasa

diistilahkan dengan proses bisnis. Pada gambar di bawah terlihat perusahaan, sekelompok orang, atau individu yang ingin menawarkan produk atau jasanya, dapat memulai rangkaian bisnis dengan menggunakan internet sebagai media berkomunikasi. Dengan bermodalkan sebuah *website* atau *homepage* penjual (*Seller*) dapat memberikan berbagai informasi sehubungan dengan profil usaha dan produk atau jasa yang ditawarkan.



Gambar 1. Tahapan-tahapan e-commerce

Sumber: Dian Wirdasari. *Teknologi E-commerce dalam Proses Bisnis vol. 7/no. 2* (Jurnal SAINTIKOM, 2009). Hal: 327

Gambar 1 menunjukkan di sisi konsumen sebagai calon pembeli (*buyers*), internet menyediakan akses secara luas dan bebas terhadap semua perusahaan yang telah mempunyai situs *website* atau *homepage*.

Dalam jurnalnya, Wirdasari (2009:327) mengemukakan tentang 3 tahapan dalam proses bisnis yaitu:

a. Pertukaran Informasi (*Information Sharing*)

Pertukaran informasi dapat dilakukan secara satu arah maupun interaktif melalui berbagai

produk elektronik, seperti komputer, telepon, faks, dan televisi. Prinsip penjual di dalam proses ini adalah mendapatkan calon pembeli sebanyak-banyaknya, sementara prinsip pembeli adalah memperoleh produk atau jasa yang diinginkannya.

b. Pemesanan Produk Atau Jasa

Setelah aktivitas tukar-menukar informasi dilakukan, proses bisnis selanjutnya adalah melakukan pemesanan produk atau jasa secara elektronik. Dua pihak yang bertransaksi sudah selayaknya harus melakukan aktivitas perjanjian tertentu, sehingga proses pembelian dapat dilakukan dengan sah, benar dan aman. Pembelian antara dua entiti bisnis biasanya dilakukan melalui jaringan tertentu seperti EDI (*Elektronik Data Interchange*) atau ekstranet. Di dalam proses bisnis ini, ada empat aliran entiti yang harus dikelola dengan baik:

1. *Flow of goods* (aliran produk)
2. *Flow of information* (aliran informasi)
3. *Flow of money* (aliran uang) dan
4. *Flow of documents* (aliran dokumen).

Fasilitas *e-commerce* yang ada harus dapat mensinkronisasikan keempat aliran tersebut, sehingga proses transaksi dapat lakukan secara efisien, efektif, dan terkontrol dengan baik. Proses bisnis ini berakhir apabila transaksi telah selesai dilakukan dan produk telah didistribusikan ke tangan konsumen.

c. Aktivitas Purna Jual.

Pada tahapan ini penjual dan pembeli melakukan berbagai aktivitas atau komunikasi seperti:

1. Keluhan terhadap kualitas produk
2. Pertanyaan atau permintaan informasi mengenai produk-produk lain
3. Pemberitahuan akan produk-produk baru yang ditawarkan
4. Diskusi mengenai cara menggunakan produk dengan baik.

Target dari interaksi ini adalah agar pada waktu mendatang proses transaksi dapat terjadi lagi antar kedua pihak karena ada kepuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

Ketiga proses utama di dalam *value chain system e-commerce* ini dapat dilakukan selama 24 jam sehari dan 7 hari seminggu. Berdasarkan kenyataan, *website* dan *email* merupakan dua sarana yang kerap dipergunakan dalam melakukan transaksi perdagangan. Yang perlu diperhatikan adalah bahwa pihak penjual harus memiliki pusat basis data (*corporate database*) yang berisi informasi mengenai produk dan jasa perusahaan beserta semua rekaman interaksi antara penjual dan pembeli (formal maupun informal) yang terjadi. Sistem basis data ini akan menjadi sebuah pusat pengetahuan korporat (*corporate knowledge*) yang di dalamnya terdapat data mentah maupun informasi mengenai perilaku konsumen dan pasar.

Kerangka Kerja E-Commerce

Kerangka kerja (*framework*) dari *e-commerce* terdiri dari beberapa tahap, antara lain:

a. Seleksi produk.

Proses transaksi dalam *e-commerce* diawali dengan seleksi produk oleh pelanggan. Pada situs web *e-commerce* seharusnya memberikan informasi mengenai fitur dan karakteristik produk yang dipasarkan. Selain itu pihak perusahaan juga harus memiliki katalog elektronik, yaitu daftar yang berisi deskripsi produk, gambar-gambar, beserta harganya.

b. Entry pesanan

Setelah pelanggan memilih produk yang diinginkan, pelanggan harus memasukkan pesanan produk ke dalam sistem *e-commerce*. Setelah selesai memilih produk yang diperlukan, pelanggan memberikan informasi mengenai nama dan alamat, sama halnya dengan informasi mengenai pembayaran yang akan dibahas poin berikutnya.

Setelah langkah-langkah tersebut lengkap, pesanan tersebut akan diproses oleh sistem *e-commerce*.

c. Pembayaran

Agar pelanggan membayar produk-produk yang dibelinya, sebuah sistem *e-commerce* harus memiliki fasilitas pembayaran secara elektronik. Ada banyak pendekatan yang bisa digunakan. Bagi pelanggan perorangan, cara pembayaran yang paling banyak digunakan adalah melalui kartu kredit atau kartu debit. Sedangkan untuk pelanggan bisnis, perusahaan bisa mengirim tagihan ke pelanggan, atau pelanggan bisa melakukan transfer pembayaran melalui ATM ke rekening perusahaan.

d. Distribusi produk

Distribusi produk dalam sistem *e-commerce* bergantung pada jenis produk yang dijual. Jika produk berupa barang fisik seperti *spare part* atau pakaian, maka sistem *e-commerce* harus bisa memastikan pusat distribusinya, yaitu kemana barang harus dikirim atau dikapalkan.

METODE

Untuk mendapatkan data serta masukan dalam penyusunan tugas akhir penulis menggunakan teknik pengumpulan data yaitu:

a. Strategi Penelitian

Guna tercapainya tujuan dari penelitian ini, maka dirancang suatu strategi penelitian yang meliputi beberapa tahapan, yaitu;

- Analisis kebutuhan awal
- Mengoleksi teori dari berbagai literatur untuk persiapan desain dan implementasi.
- Penyusunan laporan penelitian

b. Perencanaan

Guna tercapainya tujuan dari penelitian ini, harus dilakukan diantaranya perencanaan yang bertujuan untuk:

- Menentukan ruang lingkup penulisan
- Mengacu berbagai area permasalahan
- Mengatur urutan tugas

c. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Metode penelitian ini dilakukan langsung pada objek penelitian, data cara keterangan yang dikumpulkan dilakukan dengan cara:

• Pengamatan (*observation*)

Dalam hal ini penulis melakukan untuk mendapatkan data secara umum dengan melihat langsung, mengamati dan mencatat sistem yang sedang berjalan saat ini serta melihat format-format yang dilakukan selama ini.

• Wawancara (*interview*)

Dalam hal ini penulis melakukan wawancara untuk melengkapi bahan yang sudah ada selama observasi. Penulis melakukan Tanya jawab kepada Kepala sekolah, Bagian kurikulum, staf (pegawai) tata usaha dan guru yang berkaitan dengan sistem yang sedang berjalan.

d. Studi Pustaka

Penelitian kepustakaan adalah penelitian dengan sumber-sumber kepustakaan. Penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan landasan teori yang memadai dalam penyusunan tugas pemrograman khusus, dalam hal ini data dan keterangan dikumpulkan dari sumber-sumber seperti buku-buku teks, bacaan-bacaan, literature-literatur dari internet serta materi-materi lainnya yang berhubungan dengan masalah yang ditinjau dalam penyusunan tugas pemrograman khusus ini.

e. Metode Pengembangan Sistem

Dalam pengembangan sebuah sistem, kita mengenal konsep SDLC (*system development life cycle*). Secara global definisi SDLC dapat dikatakan sebagai suatu proses berkesinambungan untuk menciptakan atau merubah sebuah sistem,

merupakan sebuah model atau metodologi yang digunakan untuk melakukan pengembangan sistem. Dapat dikatakan dalam SDLC merupakan usaha bagaimana sebuah sistem informasi dapat mendukung kebutuhan bisnis, rancangan & pembangunan sistem serta *delivering*-nya kepada pengguna.

Secara umum, tahapan SDLC meliputi proses perencanaan, analisis, desain dan implementasi.

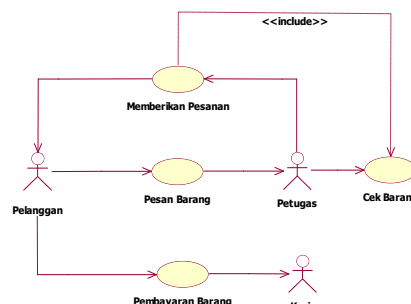
Analysis Proses perencanaan biasanya lebih menekankan pada alasan mengapa sebuah sistem harus dibuat. Tahapan perencanaan ini kemudian dilanjutkan dengan proses analisis yang lebih menekankan pada siapa, apa, kapan dan dimana sebuah sistem akan dibuat. Sedangkan pada proses desain lebih menekankan kepada bagaimana sistem akan berjalan. Tahap terakhir dilanjutkan dengan fase implementasi yaitu proses *delivery*nya kepada pengguna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Use Case Diagram

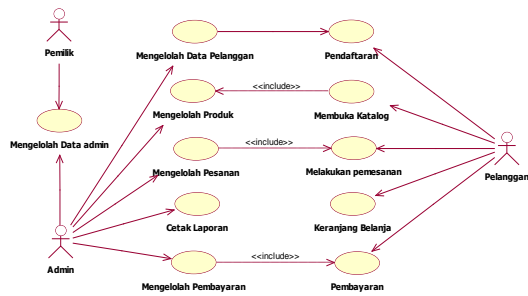
Use case menjelaskan urutan kegiatan yang dilakukan sistem dan aktor untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Walaupun menjelaskan kegiatan, namun *use case* hanya menjelaskan apa yang dilakukan oleh aktor dan sistem bukan bagaimana aktor dan sistem melakukan kegiatan tersebut. Berikut adalah *Use case e-commerce* UD Sinar Gemilang.

Use Case Diagram yang Sedang Berjalan



Gambar 2. *Use case* diagram yang sedang berjalan

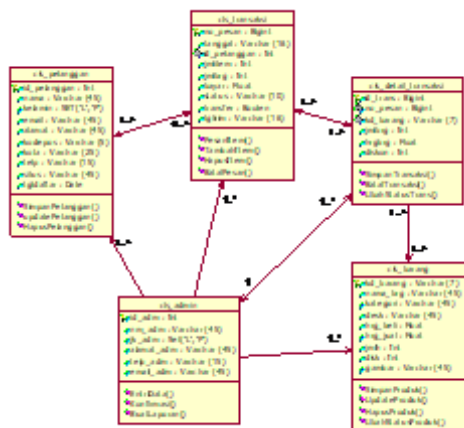
Use Case Diagram yang Diusulkan



Gambar 3. Use Case diagram yang diusulkan

Class Diagram

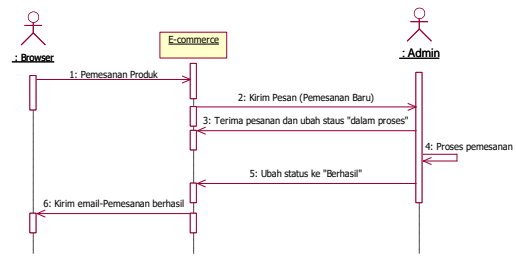
Class adalah sebuah spesifikasi yang jika diinstansiasi akan menghasilkan sebuah objek dan merupakan inti dari pengembangan dan desain berorientasi objek. Class diagram menggambarkan keadaan (atribut/properti) suatu sistem, sekaligus menawarkan layanan untuk memanipulasi keadaan tersebut (metoda/fungsi).



Gambar 4. Class Diagram ecommerce UD. Sinar Gemilang

Sequence Diagram

Sequence diagram biasa digunakan untuk menggambarkan skenario atau rangkaian langkah-langkah yang dilakukan sebagai respons dari sebuah event untuk menghasilkan output tertentu. Sequence diagram e-commerce UD Sinar Gemilang khususnya proses pemesanan dapat dilihat pada gambar 4 berikut.



Gambar 5. Sequence diagram proses pemesanan barang

Pengujian

Pengujian program yang dilakukan peneliti adalah pengujian *Black Box*. Pengujian *Black Box* adalah pengujian aspek fundamental sistem tanpa memperhatikan struktur logika internal perangkat lunak. Metode ini digunakan untuk mengetahui apakah perangkat lunak berfungsi dengan benar. Pada metode ini data uji ditampilkan, dieksekusi pada perangkat lunak dan kemudian keluaran dari perangkat lunak dicek apakah telah sesuai dengan yang diharapkan.

Pengujian *Black Box* berusaha menemukan kesalahan dalam kategori sebagai berikut:

1. Fungsi-fungsi yang tidak benar atau hilang.
2. Kesalahan Interface.
3. Kesalahan dalam struktur data atau akses database eksternal.

Kegiatan Pengujian

Class Login

Pengujian pada item pengujian *login* pelanggan dengan memberikan 10 variasi pengujian dan dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

No	Uraian	Username	Password	Hasil	Keputusan
1	Normal	Normal	Normal	Login Gagal	Salah
2	Normal	Normal	Normal	Login Gagal	Salah
3	Normal	Normal	Normal	Login Gagal	Salah
4	Normal	Normal	Normal	Login Gagal	Salah
5	Normal	Normal	Normal	Login Gagal	Salah
6	Normal	Normal	Normal	Login Gagal	Salah
7	Normal	Normal	Normal	Login Gagal	Salah
8	Normal	Normal	Normal	Login Gagal	Salah
9	Normal	Normal	Normal	Login Gagal	Salah
10	Normal	Normal	Normal	Login Gagal	Salah

Pengujian *login* pelanggan pada Tabel 1 bertujuan untuk mengetahui fungsi dari autentikasi user pelanggan jika atribut username dan password yang dimasukan tidak sesuai maka sistem akan menolak permintaan dari user dan menampilkan pesan kesalahan. Hasilnya berbeda jika username dan password dimasukan data normal maka sistem akan merespon dan memberikan hak akses kepada pelanggan. Berdasarkan pengujian tersebut disimpulkan bahwa login gagal jika atribut kosong atau diisi dengan data tidak normal dan login berhasil jika atribut diisi dengan data normal yang sesuai dengan sistem.

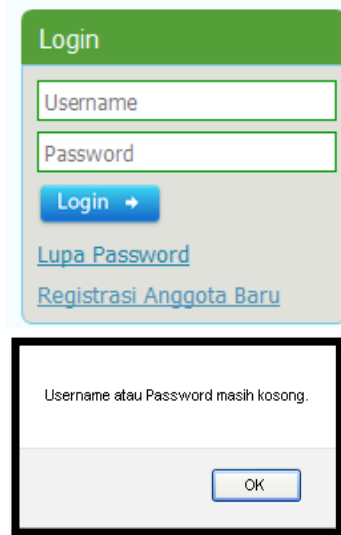
Pengujian Pendaftaran Pelanggan

Pengujian *item* pendaftaran pelanggan dilakukan dengan memberikan 10 variasi pengujian dan dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

No	Uraian	Username	Password	Hasil	Keputusan
1	Normal	Normal	Normal	Registrasi Gagal	Salah
2	Normal	Normal	Normal	Registrasi Gagal	Salah
3	Normal	Normal	Normal	Registrasi Gagal	Salah
4	Normal	Normal	Normal	Registrasi Gagal	Salah
5	Normal	Normal	Normal	Registrasi Gagal	Salah
6	Normal	Normal	Normal	Registrasi Gagal	Salah
7	Normal	Normal	Normal	Registrasi Gagal	Salah
8	Normal	Normal	Normal	Registrasi Gagal	Salah
9	Normal	Normal	Normal	Registrasi Gagal	Salah
10	Normal	Normal	Normal	Registrasi Gagal	Salah

Hasil Pengujian Pada Website E-Commerce Login Pelanggan

Pada pengujian *login* pelanggan akan dilakukan validasi terhadap *username* dan *password*, jika pengujian *username* dan *password* salah maka akan menghasilkan pesan dalam *message box* seperti pada gambar 6 berikut:



Gambar 6. Form Input Login

Sedangkan jika *username* dan *password* diisi dengan data normal dan sesuai dengan database maka akan tampil halaman Beranda seperti gambar 7 berikut:



Gambar 7. Beranda

A. Login Admin

Pada pengujian *login admin* akan dilakukan validasi terhadap *username* dan *password*, jika pengujian *username*, *password* dan level salah atau tidak sesuai dengan database maka akan menghasilkan pesan dalam *message box* seperti pada gambar 8 dan gambar 9 berikut:



Gambar 8. Login Admin



Gambar 9. Gagal Login

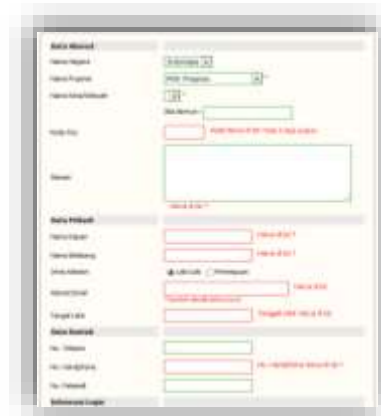
Sedangkan jika *username* dan *password* admin diisi dengan data normal dan sesuai dengan database maka akan tampil halaman Admin seperti gambar 10 berikut:



Gambar 10. Halaman admin

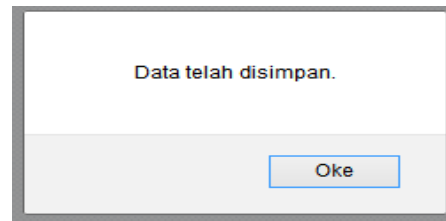
B. Pendaftaran Pelanggan

Pengujian pendaftaran pelanggan dilakukan dengan mengosongkan dan menginputkan data. Pengujian pertama dengan mengosongkan semua inputan maka proses akan menampilkan pesan kesalahan seperti gambar 11 berikut



Gambar 11. Form pendaftaran pelanggan

Pengujian kedua dengan menginputkan data yang normal dan sesuai dengan *required system* maka akan tampil pesan data pelanggan yang berhasil tersimpan dalam database seperti pada gambar 12 berikut:



Gambar 12. Kotak pesan data disimpan

Setelah tersimpan pelanggan dapat melakukan login dan mengubah data profilnya. Gambar 13 berikut adalah tampilan profil pelanggan.



Gambar 13. Profil Pelanggan

Pada gambar 13 di atas data berhasil disimpan karena data yang diinputkan sudah sesuai dengan format yang diminta oleh sistem. Berikut adalah tampilan data admin dan pelanggan yang telah disimpan dalam *database*.

No.	Username	Nama	Jenis Akun	Status
1	admin	Admin Utama	Super Admin	✓
2	admin	Admin 1	Admin	✓
3	admin	Admin	Manajemen	✓
4	admin	Manajemen Swasta	Manajemen	✓
5	admin	Admin	Manajemen	✓
6	admin	Admin	Admin	✓
7	admin	admin	Admin	✓
8	admin	Admin	Admin	✓
9	admin	admin	Admin	✓
10	admin	Admin	Manajemen	✓

gambar 14. data admin dan pelanggan

C. Pengisian Keranjang Belanja

Setelah tombol BELI pada produk di klik maka keranjang akan terisi seperti gambar 15 berikut



Gambar 15. Keranjang belanja

D. Update Keranjang Belanja

Tombol update keranjang pada keranjang belanja digunakan untuk menambahkan atau mengurangi isi keranjang. Ketika qty diubah kemudian klik tombol update sekarang maka hasilnya akan tampil seperti gambar 16 berikut.



Gambar 16. Update Keranjang belanja

E. Konfirmasi Keranjang Belanja

Setelah data pelanggan dikonfirmasi, selanjutnya dilakukan proses konfirmasi keranjang belanja, seperti pada gambar 17 berikut.

No	Nama Produk	Berat(Kg)	Qty	Harga	Sub Total
1	Lambor xxx		1	200.000	180.000
2	Super car 10		1	46.550	46.550
Total Berat:		0 kg		Total Harga:	Rp. 226.550,-

KEMBALI PROSES ORDER

Gambar 17. Konfirmasi keranjang belanja

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa *website e-commerce* ini dapat meningkatkan penjualan produk dan dapat membantu mengendalikan sisa stok dari hasil distribusi serta dapat mempermudah UD Sinar Gemilang dalam memperluas jaringan pemasarannya. Aplikasi *website e-commerce* juga memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan transaksi secara *offline* maupun *online*. Adapun saran untuk UD Sinar Gemilang untuk memastikan staf gudang selalu disiplin dalam memperbarui data distribusi agar informasi sisa stok yang tampil di *website* selalu akurat dan tidak terjadi *overselling* (barang habis namun tetap bisa dibeli).

REFERENSI

- Few, Stephen. 2006(b). Information Dashboard Design. O'Reilly; ISBN: 0-596-10016-7
- Madcoms. 2011. *Sukses Membangun Toko Online dengan E-Commerce*. Yogyakarta: Andi
- Malik, Shadan. 2005. *Enterprise Dashboard-Design and Best Practices for IT*. Jhon Wiley & Sons. Inc
- Nugroho, Adi. 2005. *Analisis dan Perancangan System Informasi dengan Metodologi berorientasi objek (Edisi Revisi)*. Bandung: Informatika
- Orts, Daryl. 2005. *Dashboard Implementation Methodology*. DM Review Magazine, (http://www.dmreview.com/article_sub.cfm?articleId=1028733, diakses pada tanggal 19 juni jam 21.05 wib)
- Prasetyo Hari dan Nur Ani. 2007. Jurnal Sistem Informasi FASILKOM Universitas Mercubuana Jakarta. *Dashboard Sistem Pengisian Pulsa Elektrik*. (<http://research.mercubuana.ac.id/proceeding/G%20%20-%20Jurnal.pdf>, Diakses pada tanggal 16 juni jam 14.10 wib)
- Pujohastomo, Hanung. 2011. *Membuat Toko Online berbasis Ajax dengan Prestashop*. Yogyakarta: Lokomedia
- Ramadian, Feti. 2004. Modul Praktikum Rekayasa Perangkat Lunak. Software Engineering Laboratory.
- Sutaji, Deni. 2012. *Sistem Inventory Mini Market dengan PHP & JQuery*. Yogyakarta: Lokomedia
- Sutopo, Ariesto, Hadi. 2005. Analisis dan Desain Berorientasi Obyek. Yogyakarta: J & J Learning Yogyakarta.
- Ulfa. 2010. *Pengertian Internet*. (http://ulfa68.student.umm.ac.id/download-as-pdf/umm_blog_article_40.pdf, Diakses pada tanggal 11 September 2012 Jam 11.09 Wib)
- Wirdasari, Dian. 2009. Jurnal SAINTIKOM Vol.7/No. 20/ Agustus 2009. *Teknologi e-commerce dalam proses bisnis*. (<http://appm.trigunadharna.ac.id/public/fileJurnal/EB601-OK-Jurnal12-DW-EComm.pdf>, Diakses Pada tanggal 16 Juli Jam 08.00 wib)