

**APLIKASI WEBSITE CONTENT BASED COMMERCE MENGGUNAKAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) PRESTASHOP
STUDI KASUS DI HOLY SKATE SHOP**

Aditya Prakoso

D3 Manajemen Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya, aditya92.prakoso@gmail.com

Asmunin

Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya, asmunin@yahoo.com

Abstrak

Holy Skate Shop mempunyai beberapa kekurangan dalam rangka menunjang proses penjualan dan pemasaran produk. Penjualan yang saat ini dilakukan menggunakan sistem konvensional, transaksi pemesanan juga dilakukan melalui sosial media. Begitupun juga proses pemasaran masih memanfaatkan sosial media. Dengan hanya mengandalkan sistem penjualan dan pemasaran dari sosial media, dirasa masih kurang dalam meningkatkan penjualan produk. Sedangkan dengan menggunakan penjualan produk menggunakan sistem *online*, kustomer dapat melakukan transaksi pembelian tanpa adanya batasan waktu dan batasan tempat. Sehingga menekan permasalahan sulitnya pihak kustomer yang memiliki mobilitas tinggi untuk melakukan pembelian. Tujuan dari tugas akhir ini adalah membangun suatu aplikasi *website content based commerce* penjualan dan pemasaran pada *Holy Skate Shop* yang memiliki fungsi antara lain; Membangun aplikasi *content based commerce* untuk membantu manajemen *Holy Skate Shop* dalam melakukan transaksi jarak jauh, membangun aplikasi transaksi *content based commerce* untuk membantu kustomer dalam melakukan pembelian produk di *Holy Skate Shop*, juga untuk membantu manajemen *Holy Skate Shop* dalam melakukan pemasaran produk. Adapun sistem *content based commerce* yang digunakan adalah dengan *prestashop*, *prestashop* adalah salah satu nama *web developer* yang berbasis CMS (*Content Management System*) dan bersifat *open source* yang dapat dengan leluasa mengubah *content*.

Kata Kunci: *Website, E-Commerce, Content Based Commerce, Prestashop*

Abstract

Holy Skate Shop has several shortcomings in order to support the sales process and marketing of products. Sales are currently done using conventional systems, booking transactions are also conducted through social media. As well, the process still utilizes social media marketing. With only rely on the system of sales and marketing of social media, it is still not in increasing product sales. While using the sale of products using the online system, customers can make purchases without any limitation of time and place restrictions. So that the pressing problems of the difficulty of the customers who have high mobility to make purchases. The purpose of this thesis is to build a web application content based commerce sales and marketing at *Holy Skate Shop*, which has the function, among others; Build a content-based commerce applications to help management *Grail Skate Shop* in the transaction remotely, build content based commerce transaction applications to help customers in the purchase of products in the *Holy Skate Shop*, as well as to assist the management *Grail Skate Shop* in marketing the product. As for content-based commerce system used is to *prestashop*, *prestashop* is the name of a web developer based CMS (*Content Management System*) and is open source which can freely change the content.

Keywords: *Website, E-Commerce, Content Based Commerce, Prestashop*

PENDAHULUAN

Dewasa ini persaingan di dunia bisnis semakin ketat dan dalam rangka memperkuat bisnisnya banyak perusahaan mempergunakan media-media periklanan untuk memasarkan barang dagangannya. Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat dalam satu dasawarsa terakhir ini membuat beralihnya media periklanan ke media internet. Internet juga suatu cara baru yang lebih menyenangkan untuk menggunakan *website* sebagai basis untuk aplikasi bisnis yang lebih luas, yang memperluas cara perusahaan untuk berkomunikasi dan meningkatkan kemampuan

perusahaan untuk saling berbagai informasi. Selain itu juga dengan pertimbangan biaya yang jauh lebih murah.

Untuk perusahaan yang memiliki usaha bisnis dalam memperdagangkan barangnya seperti *skate shop*, media periklanan merupakan hal yang paling penting. Apalagi persaingan *skate shop* sekarang ini semakin menjamur di kehidupan anak muda *urban*. Tujuan menggunakan media internet juga agar dapat membantu dalam memberikan pengenalan barang secara tepat yang tidak memandang ruang dan waktu. Strategi pemasaran ini banyak dipakai karena memiliki peran penting dalam dunia bisnis dan memiliki jangkauan pasar yang luas.

Holy Skate Shop merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan *skateboard* dan aksesoris lainnya yang berkaitan. Produk yang dijual mulai dari *deck, grip, truck, bearing, wheels, hardware*, sepatu, beserta juga benda *fashion* yang menunjang. Tersedia berbagai pilihan *brand* lokal maupun *brand* dari luar negeri.

Sistem penjualan yang digunakan pada *Holy Skate Shop* saat ini masih menggunakan penjualan *offline* dan sedikit memanfaatkan fasilitas media sosial seperti; *facebook, twitter*, dan *instagram*. Seiring dengan semakin besarnya minat terhadap olahraga ekstrim, dan juga persaingan yang semakin ketat, maka dibutuhkan suatu langkah yang jauh memandang ke depan, sehingga dapat bersaing dalam bisnis tersebut.

Untuk mengatasi persaingan tersebut dan agar perusahaan bisa *survive* dan semakin berkembang, maka perlu adanya pembuatan aplikasi *website electronic commerce (e-commerce)*. *E-commerce* merupakan salah satu metode dalam berbisnis melalui internet. *E-commerce* dapat menghubungkan penjual dan pembeli yang berbeda tempat dan tidak akan menjadi kendala dalam melakukan transaksi. Calon pembeli dapat mengetahui informasi mengenai produk seperti harga, model, warna dan sebagainya. Selain itu, untuk meningkatkan neraca penjualan dibutuhkan suatu strategi pemasaran. Yang dimana strategi ini adalah penggabungan dari *e-commerce* dan konten, biasanya juga disebut sebagai *content based commerce*.

Pembuatan aplikasi ini memiliki tujuan dan manfaat. Tujuan aplikasi ini adalah menghasilkan aplikasi *website content based commerce* yang dapat menampilkan informasi produk yang dijual pada *Holy Skate Shop*, efisiensi transaksi jual-beli, dan sebagai penunjang pemasaran. Manfaat dari pembuatan aplikasi ini adalah memberikan kemudahan dalam hal transaksi jual-beli terhadap kustomer, membangun hubungan baik terhadap kustomer dengan cara melakukan hubungan komunikasi produk secara *intens*, memberikan informasi mengenai seputar kegiatan apa saja yang dilakukan oleh *Holy Skate Shop*, sebagai sarana penunjang pemasaran, dan memperluas jaringan bisnis yang tidak hanya terlampaui pada batas regional setempat saja.

KAJIAN PUSTAKA

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai berbagai macam bahan referensi tambahan yang akan digunakan sebagai penunjang dalam penulisan tugas akhir ini. Referensi tersebut nantinya juga akan digunakan untuk memberikan tambahan pengetahuan dalam pembuatan aplikasi *website Holy Skate Shop*.

E-Commerce

E-Commerce didefinisikan sebagai proses pembelian dan penjualan produk, jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik dengan memanfaatkan jaringan komputer. Salah satu jaringan yang digunakan adalah internet.

E-Commerce adalah penggunaan jaringan komputer untuk melakukan komunikasi bisnis dan transaksi komersial. Kemudian di *website E-Commerce Net*, *e-commerce* didefinisikan sebagai kegiatan menjual barang dagangan atau jasa melalui internet. Seluruh komponen yang terlibat dalam bisnis praktis diaplikasikan di sini, seperti produk yang tersedia, cara pembayaran, jaminan atas produk yang dijual, cara promosi dan sebagainya.

Seluruh definisi yang dijelaskan di atas pada dasarnya memiliki kesamaan yang mencakup komponen transaksi (pembeli, penjual, barang, jasa dan informasi), subyek dan obyek yang terlibat, serta media yang digunakan (dalam hal ini adalah internet).

Perkembangan teknologi informasi terutama internet, merupakan faktor pendorong perkembangan *e-commerce*. Internet merupakan jaringan global yang menyatukan jaringan komputer di seluruh dunia, sehingga memungkinkan terjalinnya komunikasi dan interaksi antara satu dengan yang lain di seluruh dunia. Dengan menghubungkan jaringan komputer perusahaan dengan internet, perusahaan dapat menjalin hubungan bisnis dengan rekan bisnis atau konsumen secara lebih efisien. Sampai saat ini internet merupakan infrastruktur yang ideal untuk menjalankan *e-commerce*, sehingga istilah *e-commerce* pun menjadi identik dengan menjalankan bisnis di internet (Ginting, 2013).

Content Based Commerce

Sebuah model bisnis *online* yang menarik muncul selama beberapa tahun terakhir, yaitu penggabungan antara konten dan *commerce*. Orang menyebutnya dengan berbagai macam nama: "*content based commerce*", "*intersection of content & commerce*", "*content before commerce*" (Startup Bisnis, 2013).

Secara tradisional, konten secara ketat didefinisikan hanya mendapatkan penghasilan dari iklan, sedangkan bisnis model *commerce* hanya menggunakan konten untuk tujuan pemasaran.

Sebuah *content based commerce company* dapat dikategorikan sebagai perusahaan yang berfokus pada kedua pendapatan dari transaksi *e-commerce* tradisional serta memproduksi konten dan editorial. Ini berarti perusahaan menghasilkan pendapatan baik dari menjual sesuatu (*commerce*), *advertising (content)*, atau keduanya. Biasanya, bagian dari konten adalah *blog* dan *email newsletter*. *Blog* akan secara organik mendapat *traffic* dari *search engine* dan media sosial, sementara *email*

marketing dapat menawarkan konten yang ditargetkan langsung ke pengguna yang memiliki tingkat *engagement* yang lebih tinggi.

Bisnis model *content based commerce* adalah bisnis model yang memiliki potensi karena sejumlah alasan.

Pertama, *e-commerce* tradisional bukan hal yang mudah. Untuk terus meningkatkan pendapatan, perlu membangun *brand loyalty*. Dalam sebuah model transaksional tradisional biasanya pembeli hanya beli sekali dan pergi, dan tentu saja tidak ada yang namanya hubungan dengan konsumen, *traction* atau pertumbuhan.

Kedua, menghasilkan pendapatan dari konten juga sangat sulit. Iklan *online* berbasis *banner* mengharuskan untuk terus menerus menghasilkan konten baru agar pendapatan meningkat.

Dengan menggabungkan keduanya bisa memecahkan kedua masalah tersebut. *Commerce* didukung oleh hubungan dengan konsumen yang dapat dibangun melalui konten. Pendapatan konten dapat didukung melalui *margin* keuntungan yang jauh lebih tinggi dari perdagangan tradisional (*commerce*).

CMS Prestashop

Prestashop adalah salah satu pilihan *CMS online shop* yang bersifat gratis. *Prestashop* didirikan di Kota Paris, Perancis dan secara resmi diluncurkan pada 2007. Piranti lunak yang memakai mesin *template smarty* ini dimanfaatkan oleh ratusan toko *online* berskala kecil menengah di seluruh dunia.

Dengan sudah mendukung *gateway* pembayaran seperti *Paypal*, *Google Checkout*, *Bank Wire*, *COD* (*cash on delivery*), dan beberapa pembayaran lainnya melalui *API*. Dan lebih dari 56 bahasa sudah tersedia dan bisa digunakan secara gratis.

Keunggulan *prestashop* dibandingkan *CMS e-commerce* lainnya sudah tidak diragukan lagi, karena memiliki fitur yang cukup lengkap, siap pakai, mudah digunakan, dan banyak pilihan modul-modul gratis yang bisa di dapatkan dengan mudah yang dibuat oleh pengembang independen. Namun, *prestashop* sendiri memiliki toko resmi untuk modul-modul tertentu dan tema berbayar dengan jumlah sekitar 2.500 serta sekitar 310 dukungan fitur-fitur yang menarik yang bisa dibeli melalui *Addons Prestashop* (Gravisware, 2013).

Publikasi Website

Sebagai tempat menyimpan data-data yang terdapat pada *website*, maka diperlukan suatu *hosting* yang menampungnya di internet. *Hosting* adalah suatu *space* atau tempat di internet yang digunakan untuk menyimpan data-data situs. Entah itu situs perusahaan, situs pribadi, situs *blog*, dan lain sebagainya. Setiap situs

yang ingin *dionlinekan* sehingga banyak orang bisa mengaksesnya harus disimpan pada suatu *hosting*.

Dalam hal ini, penulis memanfaatkan fasilitas *hosting* gratis yang disediakan oleh *IdHostinger*. *IdHostinger* adalah penyedia layanan *hosting* gratis yang memberikan fasilitas berupa *space* yang lumayan besar yakni 2GB dan *bandwidth* 100GB dan juga telah mendukung bahasa pemrograman *PHP* (*Hypertext Preprocessor*) dan *My SQL*.

METODE REKAYASA

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai analisa sistem, desain sistem, desain *database*, permodelan dari aplikasi, dan implementasi sistem yang akan dibuat. Hal ini diperlukan sebagai tahap awal dalam pembuatan aplikasi.

Tinjauan Umum

Holy Skate Shop merupakan salah satu perusahaan dan toko yang memberikan *support* dalam bentuk menyediakan pemenuhan kebutuhan bagi para pecinta ekstrim *sport* khususnya *skateboard*. Lokasi *Holy Skate Shop* terletak di Jalan Raya Gubeng No. 2, Surabaya, berdasarkan lokasi tersebut menjadikan *Holy Skate Shop* sebagai tempat yang mudah dijangkau karena berada pada jalan protokol kota, sehingga memudahkan pencarian lokasi. Produk yang dijual *Holy Skate Shop* mulai dari *deck*, *wheels*, *truck*, *bearing*, *griptape*, *hardware*, dan juga kebutuhan *fashion* lainnya yang berkaitan. Proses jual beli yang terjadi di *Holy Skate Shop* masih dengan cara konvensional, dimana pembeli harus mendatangi toko untuk belanja. Proses pemasaran masih sedikit memanfaatkan sosial media sebagai sarana promosi.

Analisa Sistem Lama

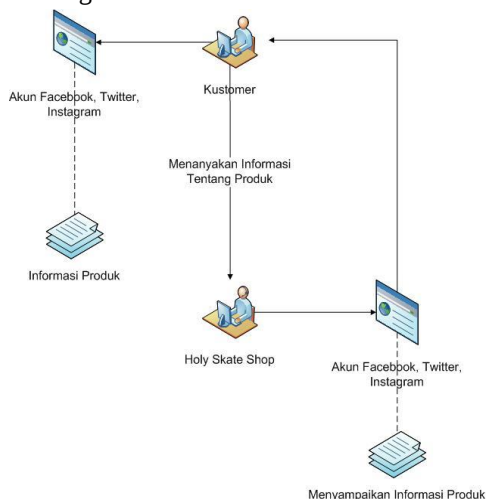
Berdasarkan hasil *interview* dan observasi yang telah dilakukan di *Holy Skate Shop*, penyampaian informasi penjualan produk masih sedikit memanfaatkan fasilitas sosial media. Hal ini tentu saja masih menjadi kendala yang dihadapi terkait dengan sosial media tersebut, dimana penjualan melalui sosial media masih sangat terbatas. Penampilan produk hanya bersifat tampilan informasi, proses transaksi penjualan secara langsung di sosial media ini tidak dapat dilakukan. Proses penjualan hanya dapat dilakukan dengan menghubungi kontak *person* yang terdapat pada informasi pemesanan.

Kelemahan Sistem Lama

- Komunikasi terhadap pembeli kurang lancar, karena mengurus semua hal sendiri, mulai promosi produk, melayani pelanggan, menerima permintaan, mengurus pengiriman termasuk juga pembayaran.

- Transaksi kerap kali tertunda karena bergantung pada interaksi pembeli dan penjual. Kalau penjual tidak tanggap respon pertanyaan pembeli, niat untuk belanja bisa tertunda bahkan batal.

Bila digambarkan dengan gambar sederhana, maka di peroleh sebagai berikut:

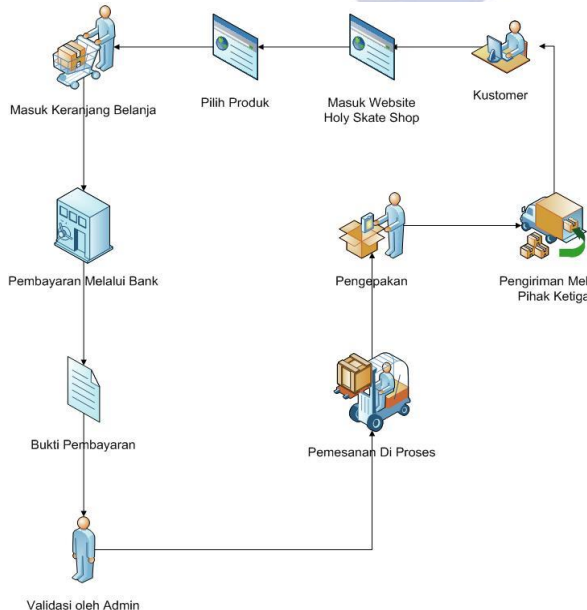


Gambar 1. Proses Bisnis Sistem Lama

Analisa Sistem Baru

Dengan mengamati beberapa kelemahan dari sistem lama, maka dalam sistem baru ini akan memberikan suatu solusi untuk meminimalisir kelemahan-kelemahan yang terdapat pada sistem lama. Solusi yang diberikan disini adalah dengan membangun *website content based commerce*. *Website content based commerce* tersebut akan berfungsi sebagai sarana transaksi penjualan juga berperan sebagai sarana penunjang pemasaran.

Proses Bisnis dengan Menerapkan Sistem Baru



Gambar 2. Proses Bisnis Sistem Baru

Proses bisnis yang terjadi berdasarkan gambar di atas dapat di urutkan menjadi sebagai berikut:

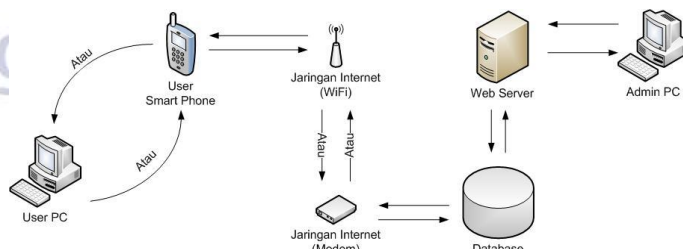
- Kustomer melakukan *online*.
- Kustomer memilih produk yang tersedia dalam *website*.
- Memilih produk yang diinginkan, kemudian dimasukkan ke dalam keranjang belanja.
- Melakukan transaksi pembayaran melalui bank.
- Mendapatkan bukti pembayaran.
- Bukti pembayaran selanjutnya akan divalidasi oleh *admin*.
- Pesanan diproses.
- Pesanan masuk ke proses *packing*.
- Pesanan dikirim melalui pihak ketiga.
- Pesanan diterima oleh kustomer.

Keunggulan Sistem Baru

- Proses transaksi bisa dilakukan secara langsung melalui *website*.
- Berita tentang produk dapat diakses secara cepat dan akurat.
- Hubungan dengan pembeli menjadi lebih berkesinambungan, sehingga selalu mendapatkan informasi seputar produk yang dijual dan informasi kegiatan di *Holy Skate Shop*.
- Informasi yang sudah dipostingkan pada *website* baru ini sudah mencakup informasi mengenai harga dan *detail* produk.
- Menambah referensi sebelum membeli dengan menganalisa dari *review* dan *rating* dari pembeli sebelumnya.

Prinsip Kerja Aplikasi

Prinsip kerja keseluruhan dari aplikasi *website content based commerce* menggunakan *CMS prestashop* studi kasus di *Holy Skate Shop*, dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3. Prinsip Kerja Aplikasi

Dari gambar di atas dapat dijelaskan prinsip kerja sistem yang rinci sebagai berikut:

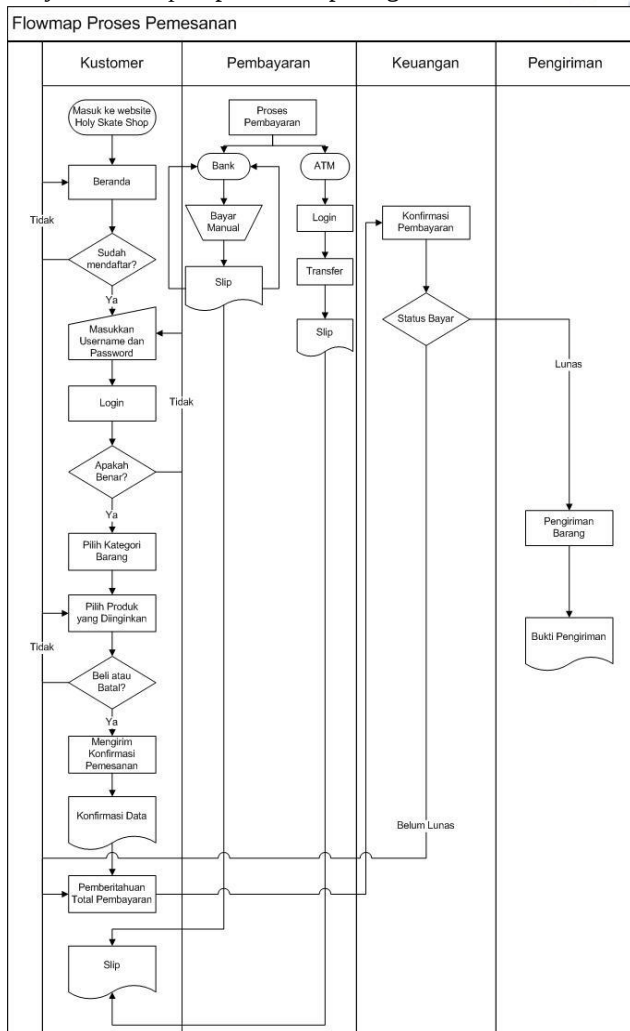
- Ketika *user* mengakses *website Holy Skate Shop*, aplikasi akan meminta koneksi ke jaringan internet, karena aplikasi ini berbentuk *website*. Maka aplikasi

ini hanya bisa diakses melalui *personal computer* ataupun *smartphone* yang memiliki *web browser*.

- Setelah pengguna terkoneksi ke jaringan internet, *user* akan mengakses data dari *web server* yang telah terkoneksi dengan *database* untuk melakukan transaksi pembelian ataupun mencari informasi seputar kegiatan yang dilakukan *Holy Skate Shop*.
- *Admin* mengelola data dari *web server* untuk mengupdate produk maupun informasi.

Desain Flowmap

Desain *flowmap* aplikasi *website content based commerce* menggunakan CMS *prestashop* studi kasus di *Holy Skate Shop* dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4. Desain Flowmap

Berikut ini adalah penjelasan dari *flowmap* proses pemesanan di atas. *User* masuk melalui *website Holy Skate Shop* menuju ke beranda. Untuk melakukan transaksi dalam *website*, diperlukan akun untuk mendaftar. Setelah *user* mendaftar maka diwajibkan bagi *user* untuk melakukan *login* dengan cara memasukkan *username* dan *password* yang telah didaftarkan terlebih dahulu. Pada tahap ini, *user* akan

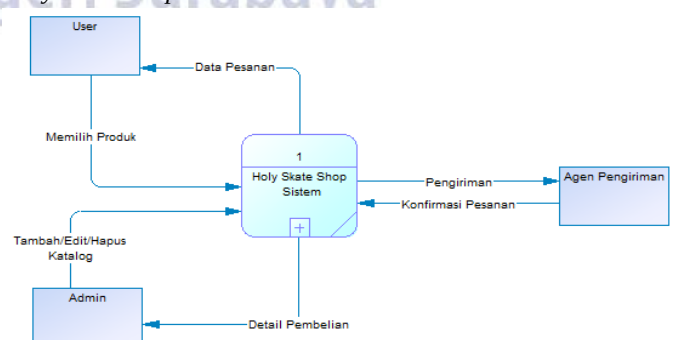
disajikan berbagai macam pilihan produk yang tersedia pada *website Holy Skate Shop*. Yang perlu dilakukan *user* adalah memilih produk yang dikehendaki dan diminati untuk dibeli. Setelah memilih produk yang akan dibeli, *user* akan diarahkan untuk melakukan pembayaran dan tata cara pembayaran beserta dengan total pembayaran yang harus dilakukan oleh *user*.

Metode pembayaran yang tersedia dalam *website* ini ada dua, yakni melalui *bank* dan *ATM (Anjungan Tunai Mandiri)*. *User* memilih salah satu pembayaran yang paling dianggap mudah, setelah melakukan pembayaran, *user* diminta untuk melakukan konfirmasi pembayaran. *Admin* akan mengkonfirmasi pembayaran yang telah dilakukan oleh *user*. Konfirmasi oleh *admin* dilakukan guna mengetahui apakah total pembayaran sesuai dengan total harga produk yang dibeli oleh *user*. Setelah semuanya dinyatakan *valid* ketika proses konfirmasi pembayaran, selanjutnya proses akan dilanjutkan pada tahap pengiriman barang.

Pengiriman barang dilakukan oleh pihak ketiga yakni pihak yang bersangkutan dalam hal penanganan pengiriman barang. Dalam tahap proses pengiriman, pihak ketiga akan memberikan bukti pengiriman yang pada bukti itu terdapat nomer resi yang dapat digunakan untuk memantau status pengiriman. Pemantauan ini dapat dilakukan melalui *website* resmi pihak ketiga atau bisa melalui alamat *website*; <http://www.cekresi.com/>. Bukti pengiriman itu selanjutnya oleh *admin* akan diberikan kepada *user* sebagai bukti yang *valid*.

DFD Level 0

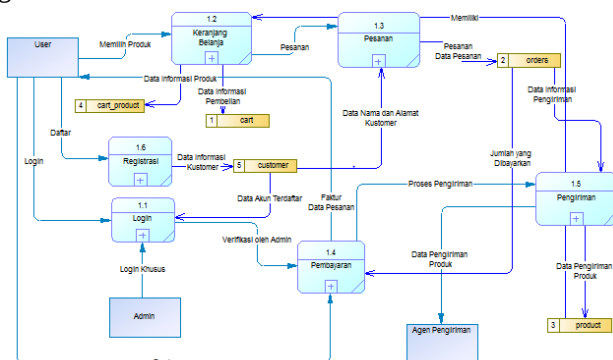
DFD level 0 menggambarkan keseluruhan proses yang ada pada sistem, serta menggambarkan hubungan sistem dengan kesatuan luar yang ada pada sistem. *DFD level 0* terdiri dari tiga entitas yaitu *user*, *admin*, dan agen pengiriman, masing-masing entitas memiliki data masukan dan data keluaran pada sistem. Semua data ini nantinya akan dibutuhkan dalam proses pada sistem. Berikut adalah gambar *DFD level 0* pada sistem *website Holy Skate Shop*:



Gambar 5. DFD Level 0

DFD Level 1

DFD level 1 merupakan pengembangan atau *breakdown* dari DFD level 0. Pada DFD level 1, alur penyimpanan data mulai dimunculkan, sehingga arus data terlihat semakin jelas dan lebih detail. Berikut adalah gambar DFD level 1:



Gambar 6. DFD Level 1

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan hasil dari tugas akhir yang sudah dibuat. Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya ada beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu menghasilkan aplikasi *website content based commerce* yang dapat menampilkan informasi produk yang dijual pada *Holy Skate Shop*, dan efisiensi transaksi jual-beli, serta sebagai penunjang pemasaran produk.

Hasil Aplikasi

Hasil pada tugas akhir ini berupa aplikasi *website content based commerce* yang dapat menampilkan informasi produk yang dijual pada *Holy Skate Shop*, dan efisiensi transaksi jual-beli, serta sebagai penunjang pemasaran produk.. Karena terdiri dari dua level hak akses, maka aplikasi ini terdiri dari dua halaman *website* yang pertama adalah *website* untuk *admin* dengan hak akses yang berbeda serta halaman *website* untuk *user* dengan hak akses yang berbeda pula.

Pada hak akses *admin*, mendapatkan kendali penuh terhadap sistem kelola pada *website*. Penentuan produk apa saja yang dijual, harga yang ditawarkan, fasilitas yang diperoleh *user*, informasi yang didapat *user*, adalah tanggung jawab penuh *admin*. Maka dari itu, *admin* disini harus memiliki banyak pengetahuan tentang visi-misi toko terkait.

Semua kendali *admin* disini semuanya diatur dalam sebuah *control panel* yang disebut dengan *dashboard*. *Dashboard* berfungsi sebagai pengatur semua kegiatan di sebuah *website*. Melalui *dashboard*, *website* diatur dengan sebagaimana mestinya sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan. Beberapa tugas *admin* selain mengatur segala kebutuhan *website*, *admin* juga difungsikan sebagai pemantau ketika *user* melakukan transaksi *order* dalam *website*. *Admin* yang selalu mengontrol segala aktifitas *user* yang melakukan transaksi. Pantauan ini

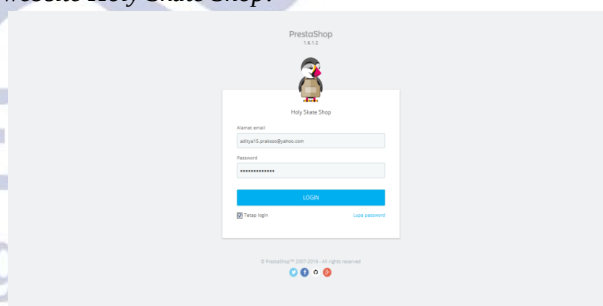
pada nantinya akan masuk dalam proses pengepakan dan pengiriman.

Untuk hak akses *user* pada *website* dapat dikatakan sebagai pengunjung toko *virtual*. Sebagai pengunjung toko *virtual* sebagaimana mestinya pengunjung toko konvensional, *user* hanya diperbolehkan untuk melihat produk yang dijual di toko kemudian melakukan transaksi. Namun selain melakukan transaksi, dalam toko *virtual* ini atau yang biasa disebut *website e-commerce*, *user* dapat memperoleh informasi dari *website* melalui fasilitas *blog*. *Blog* dalam *website* berisi tentang segala bentuk kegiatan dan aktifitas *Holy Skate Shop* yang telah ataupun yang akan dilakukan pada nantinya.

Ada perbedaan hak akses *user* yang sudah memiliki akun dengan *user* yang belum memiliki akun. Perbedaannya terletak pada fungsi transaksinya. Untuk *user* yang sudah memiliki akun, dapat melakukan transaksi pembelian langsung melalui *website*. Namun, bagi *user* yang belum memiliki akun hanya bisa melihat katalog yang dijual pada *website* dan mengakses *blog* bagi *user* yang ingin mencari informasi seputar *Holy Skate Shop*.

Halaman Antarmuka Login Admin

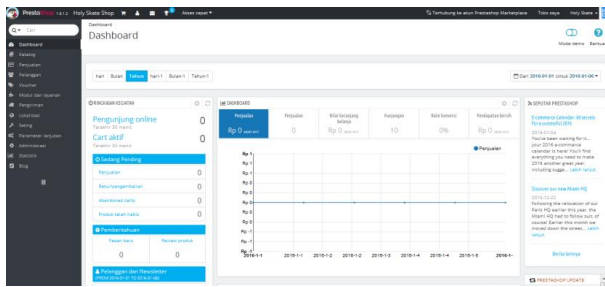
Halaman antarmuka *login admin* adalah halaman yang diperuntukkan bagi *admin* untuk melakukan *login*. *Login* disini berfungsi untuk dapat mengakses *dashboard*. Segala pengaturan *website*, ada pada *dashboard*. Cara *login* adalah dengan memasukkan *email* dan *password* yang sudah diijinkan untuk didaftarkan sebagai *admin*. Berikut adalah tampilan halaman antarmuka *login admin*, *website Holy Skate Shop*:



Gambar 7. Tampilan Halaman Antarmuka Login Admin

Halaman Antarmuka Dashboard

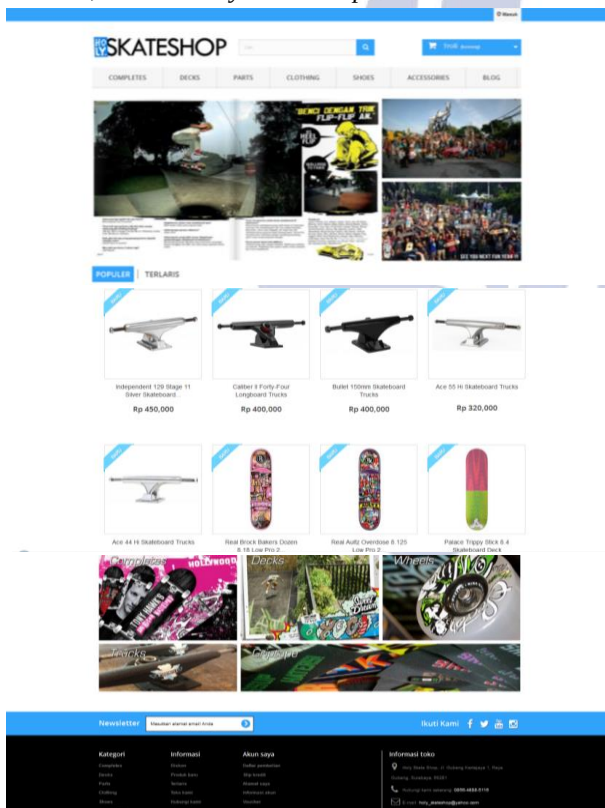
Halaman antarmuka *dashboard* adalah halaman yang digunakan sebagai pusat *control panel* yang berfungsi untuk mengatur semua kegiatan di sebuah *website*. Berikut adalah tampilan halaman antarmuka *dashboard*, *website Holy Skate Shop*:



Gambar 8. Tampilan Halaman Antarmuka Dashboard

Halaman Antarmuka Beranda

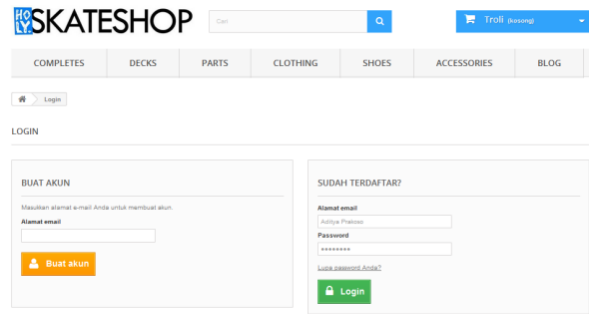
Halaman antarmuka beranda adalah tampilan awal atau tampilan depan yang terlihat pertama kali ketika user masuk pada alamat website Holy Skate Shop. Pada antarmuka beranda, segala macam informasi apa yang ditawarkan pada website tersaji pada halaman antarmuka beranda. Berikut adalah tampilan halaman antarmuka beranda, website Holy Skate Shop:



Gambar 9. Tampilan Halaman Antarmuka Beranda

Halaman Antarmuka Login User

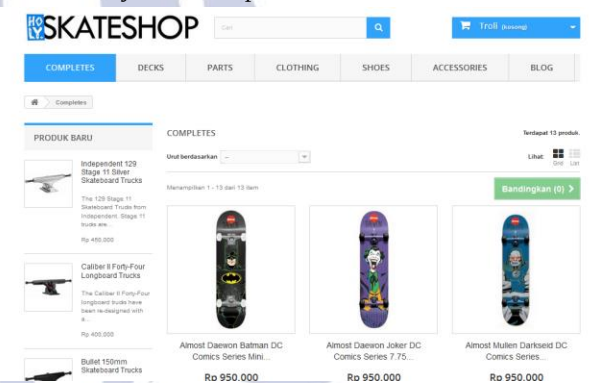
Halaman antarmuka login user adalah halaman yang diperuntukkan bagi user untuk melakukan login jika user sudah memiliki akun yang terdaftar, dan apabila user belum mempunyai akun yang terdaftar, maka user diwajibkan untuk mendaftarkan akunnya ke form yang telah disediakan. Akun terdaftar pada nantinya akan digunakan untuk melakukan transaksi pembelian dalam website Holy Skate Shop. Berikut adalah tampilan halaman antarmuka login user, website Holy Skate Shop:



Gambar 10. Tampilan Halaman Antarmuka Login User

Halaman Antarmuka Produk

Halaman antarmuka produk adalah halaman yang digunakan untuk menampilkan berbagai macam produk yang dijual di website Holy Skate Shop. Pada halaman ini, user dapat melihat katalog yang diinginkan untuk dibeli. Berikut adalah tampilan halaman antarmuka produk, website Holy Skate Shop:



Gambar 11. Tampilan Halaman Antarmuka Produk

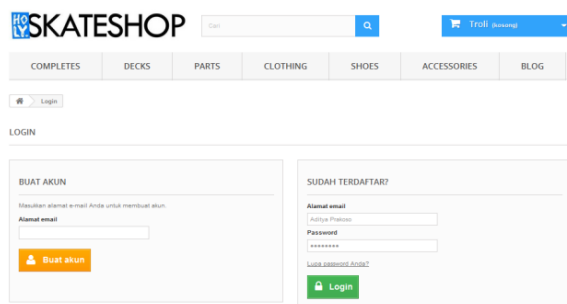
Pembahasan Aplikasi

Pada bagian pembahasan aplikasi ini akan dibahas mengenai proses transaksi pembelian yang terjadi pada halaman website Holy Skate Shop. Proses transaksi pembelian ini akan dijelaskan dari user melakukan registrasi akun hingga user melakukan checkout pembayaran. Setelah user melakukan checkout pembayaran, kemudian admin akan memvalidasi pembayaran dari user melalui halaman admin yang tersedia.

Proses Transaksi Pembelian Oleh User

• Registrasi Akun

Dengan asumsi user belum memiliki akun registrasi, maka user diharuskan untuk melakukan registrasi dengan meregistrasikan emailnya pada form yang telah disediakan pada halaman website Holy Skate Shop. Klik "buat akun" untuk melangkah ke tahap selanjutnya.



Gambar 12. Registrasi Akun

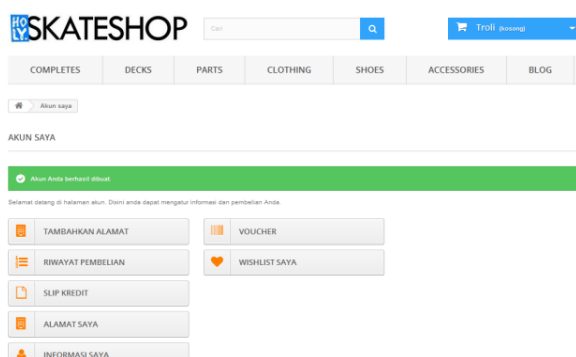
- **Mengisi Informasi Akun**

Setelah *user* melakukan registrasi akun, maka kustomer akan diminta untuk mengisi informasi yang berkaitan untuk kebutuhan informasi lebih lanjut. Klik “daftar” untuk melangkah ke tahap selanjutnya.

Gambar 13. Mengisi Informasi Akun

- **Akun Berhasil Dibuat**

Setelah melengkapi informasi akun pada *form* yang disediakan, maka akun yang akan digunakan untuk melakukan transaksi pembelian pada *website Holy Skate Shop* telah berhasil dibuat.

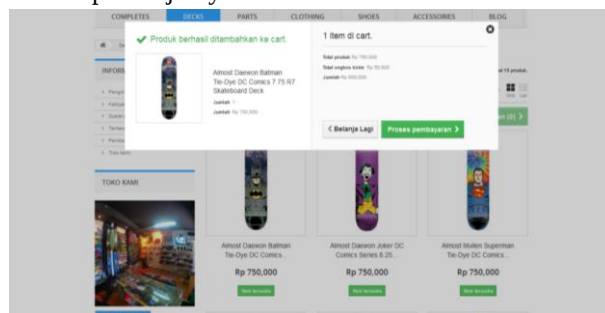


Gambar 14. Akun Berhasil Dibuat

- **Memilih Produk**

Berhasil membuat akun, maka langkah selanjutnya adalah memilih produk yang dikehendaki oleh *user*. Ada berbagai pilihan produk yang dijual pada *website Holy Skate Shop*. Semua produk yang terjual terletak pada menu yang dibagi dalam

beberapa kategori dan beberapa sub kategori. Klik “proses pembayaran” untuk melangkah ke tahap selanjutnya.



Gambar 15. Memilih Produk

- **Proses Pembayaran**

Langkah selanjutnya yang dilakukan *user* setelah memilih produk yang dikehendaki adalah melakukan proses pembayaran. Pada proses ini akan ditampilkan detail berapa harga yang harus dibayarkan oleh *user*. Kemudian klik “proses pembayaran” untuk melangkah ke tahap selanjutnya.

Gambar 16. Proses Pembayaran

- **Mengisi Informasi Alamat**

Berikutnya adalah mengisi informasi alamat. Pengisian alamat ini bertujuan sebagai alamat pengiriman. Sebaiknya informasi alamat ini harus diisi dengan selengkap-lengkapnyanya, menghindari kesalahan dalam proses pengiriman. Klik “simpan” untuk melangkah ke tahap selanjutnya.

Gambar 17. Mengisi Informasi Alamat

- **Alamat Pengiriman Barang dan Alamat Pembayaran**

Pada tahap ini, *user* akan diperlihatkan *review* alamat pengiriman barang dan alamat pembayaran yang telah dimasukkan dalam tahap sebelumnya. Nantinya alamat ini bisa *diupdate* ketika *user* memiliki alamat pengiriman yang lain. Kemudian klik “proses pembayaran” untuk melangkah ke tahap selanjutnya.

Gambar 18. Alamat Pengiriman Barang dan Alamat Pembayaran

- **Memilih Opsi Kurir**

Pada tahap ini *user* akan diarahkan untuk memilih kurir yang disediakan oleh *website Holy Skate Shop*. Klik kurir yang diinginkan dan klik syarat dan ketentuan. Dengan mengklik syarat dan ketentuan, pihak *user* telah menyepakati aturan yang telah diterapkan oleh *website Holy Skate Shop*. Kemudian klik “proses pembayaran” untuk melangkah ke tahap selanjutnya.

Gambar 19. Memilih Opsi Kurir

- **Memilih Opsi Pembayaran**

User akan masuk pada tahap opsi pembayaran. Pada tahap ini *user* akan disajikan pilihan opsi pembayaran. Pilih salah satu opsi pembayaran untuk melangkah ke tahap selanjutnya.

Gambar 20. Memilih Opsi Pembayaran

- **Uraian Singkat Daftar Belanja**

User akan diberi detail singkat mengenai harga yang harus dibayar untuk meyakinkan kalau harga yang harus dibayar sesuai dan benar. Jika dirasa sudah sesuai dan benar, kemudian klik “konfirmasi pembelian” untuk melangkah ke tahap selanjutnya.

Gambar 21. Uraian Singkat Daftar Belanja

- **Transaksi Pembelian Selesai**

Pada tahap ini *user* akan disajikan informasi mengenai tujuan transfer rekening bank dan jumlah harga yang harus ditransfer. Di tahap ini adalah tahap akhir dalam melakukan transaksi pembelian di halaman *website Holy Skate Shop*.

Gambar 22. Transaksi Pembelian Selesai

- **Publikasi *Website Holy Skate Shop* di *idHostinger***

Setelah pengaturan yang dilakukan di *localhost* telah selesai, maka tahap selanjutnya adalah mengupload *website* yang terdapat di *localhost* tersebut ke dalam *hosting* yang akan menampungnya di dalam internet. Dalam hal ini, penulis memanfaatkan *hosting* gratis pada *idHostinger*. Fungsi dari mengupload *website* ke *hosting* adalah

untuk memberikan akses kepada kustomer dalam melakukan transaksi pembelian maupun mencari informasi seputar kegiatan dan *event* dari *Holy Skate Shop*. Website *Holy Skate Shop* dapat diakses melalui alamat holyskateshop.pe.hu

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengembangan sistem yang telah penulis lakukan, penulis membuat suatu kesimpulan dan mengajukan beberapa saran yang berkaitan dengan pembahasan yang telah dikemukakan dalam bab-bab sebelumnya.

Simpulan

Dari berbagai penjelasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dalam laporan ini dan analisis serta desain perencanaan yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- Aplikasi *website* ini menyajikan informasi terkait dengan *Holy Skate Shop* yang ditujukan pada kustomer.
- Dengan adanya aplikasi *website* ini, informasi tentang produk terbaru di *Holy Skate Shop* dapat terpublikasi dengan baik.
- Dengan adanya aplikasi *website* ini, maka konsumen dapat mengetahui informasi seputar produk yang tersedia di *Holy Skate Shop*.
- Aplikasi *website* ini dapat memberikan kemudahan terhadap kustomer dalam melakukan transaksi pembelian, sehingga kustomer dapat melakukan transaksi pembelian kapanpun dan dimanapun.

Saran

Dalam pengembangan kedepan, perbaikan adalah faktor yang harus dilakukan jika menginginkan sebuah sistem yang baik, karena analisis dan desain *website e-commerce* 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:

- Diperlukan karyawan atau tenaga khusus (*web master*) untuk mengelola sistem ini agar dapat bekerja dengan baik dan pembagian pekerjaan (*job description*) yang jelas.
- Fitur dan kegunaan sistem ini harus dikembangkan lagi agar dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dan sebagai layanan masyarakat.
- Keamanan sistem harus lebih ditingkatkan karena sistem ini berkembang ke arah yang lebih profesional untuk dapat menyediakan informasi yang baik.
- Agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang mengunjungi suatu *website*, diharapkan untuk selalu

melakukan pembaruan *website* secara berkala sehingga *website* menjadi lebih dinamis karena informasi didalamnya selalu mengikuti perkembangan yang *up to date*.

- Optimalisasi *website* dengan menggunakan modul *premium* berbayar.

DAFTAR PUSTAKA

- Fakhurozi, Rifqi Nur. Kertahadi. Riyadi. "Analisis dan Desain *Website E-Commerce* Sebagai Media Penjualan Elektronik (Studi pada CV. Adiwahana Computer Kediri)". Fakultas Ilmu Administrasi.
- Ginting, Elizaandayni. 2013. *Aplikasi Penjualan Berbasis Web (E-Commerce) Menggunakan Joomla pada Mutiara Fashion*. Bandung: Universitas Widyatama.
- Gravisware. 2013. *About Web Design, Tips, Tutorial, and More: Tentang CMS Prestashop*, (Online), (<http://www.gravisware.com/informasi/138-tentang-cms-prestashop.html>, di akses 2 Desember 2014).
- Handayani, Sri Peni Mugi. Purnama. Bambang Eka. 2013. "Pembuatan *Website E-Commerce* pada Distro Java Trend". *Jurnal Riset Unggulan Nasional Informatika dan Komputer FTI UNSA*. Vol. 2 No. 1- Maret: hal. 18-24.
- Setiawan, Lia. 2009. *Pembuatan Website E-Commerce Butik Diar Lutfi*. Solo: Universitas Sebelas Maret.
- Startup Bisnis. 2013. *Cara Membuat Toko Online : Bisnis Model Ecommerce Berbasis Konten (Part 1)*, (Online), (<http://startupbisnis.com/cara-membuat-toko-online-bisnis-model-ecommerce-berbasis-konten-part-1/>, diakses 4 November 2014).
- Sudrajat, Jajat. "Penerapan *E-Commerce* Dalam Menunjang Penjualan Produk". Bandung: Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM).