

Sistem Informasi Penjualan Sparepart Custom Berbasis Web Sebagai Sarana Promosi dan Transaksi Studi Kasus Bengkel Arfa Custom

Detin Sofia¹, Zainul Hakim², Mochammad Ramdi Ramadhan³

^{1,2,3} Institut Teknologi dan Bisnis Bina Sarana Global

Email: ¹detinsofia@stmikglobal.ac.id, ²zainulhakim@stmikglobal.ac.id, ³mochammadramdi@gmail.com

Abstrak - Bengkel Arfa Custom adalah sebuah badan usaha yang bergerak dalam bidang penjualan *sparepart* motor *custom* dengan berbagai jenis *sparepart* untuk berbagai merk motor. Sistem yang sedang berjalan dalam bengkel Arfa Custom saat ini masih menyulitkan calon pembeli, dikarenakan jarak dan lokasi yang jauh dari kota. Bukan hanya untuk melakukan transaksi, bahkan hanya sekedar ingin mencari informasi mengenai harga dan produk apa saja yang dijual oleh bengkel Arfa Custom pun calon pembeli harus datang langsung ke bengkel Arfa Custom. Hal ini tentu membuat konsumen kesulitan mendapatkan informasi dan sulitnya untuk melakukan promosi dan penjualan dengan calon pembeli. Tujuan penulis merancang dan membuat sistem informasi untuk memudahkan calon pembeli dalam melakukan transaksi serta memudahkan calon pembeli untuk mendapatkan informasi seputar produk dan harga barang yang sedang dicari. Adapun dalam pembuatan sistem ini, penulis memakai rancangan menggunakan SDLC (*Software Development Life Cycle*). Perancangan ini diharapkan dapat membantu bengkel Arfa Custom dalam menaikkan omset serta memberikan pelayanan yang maksimal untuk para calon pembeli sehingga calon pembeli akan terus bertambah.

Kata Kunci - sistem informasi, penjualan, bengkel arfa custom, *sparepart custom*

Abstract – Bengkel Arfa Custom is a business entity that is engaged in the sale of custom motorcycle spare parts with various types of spare parts for various motorbike brands. The system that is currently running in the Bengkel Arfa Custom is still difficult for prospective buyers, due to the distance and location that is far from the city. Not only for making transactions, even just wanting to find information about prices and what products are sold by Bengkel Arfa Custom, prospective buyers must come directly to the Bengkel Arfa Custom. This certainly makes it difficult for consumers to get information and it is difficult to carry out promotions and sales with prospective buyers. The purpose of the authors

is to design and create information systems to facilitate prospective buyers in making transactions and make it easier for potential buyers to get information about the product and the price of the item being sought. As for making this system, the author uses a design using SDLC (Software Development Life Cycle). This design is expected to help Bengkel Arfa Custom in increasing turnover and providing maximum service for prospective buyers so that potential buyers will continue to grow.

Keywords - information systems, sales, arfa custom workshop, sparepart custom.

I. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi ini perkembangan teknologi terus berkembang dengan pesat dan menyentuh seluruh aspek dalam kehidupan. Perusahaan dari yang berskala kecil hingga besar memanfaatkan perkembangan teknologi untuk menaikkan nilai perusahaan, salah satu perkembangan teknologi yang sangat umum didengar adalah internet. Internet menjadi suatu kebutuhan utama di era globalisasi ini, dengan internet kita bisa mendapatkan informasi apa saja, termasuk informasi tentang sekolah, rumah sakit bahkan bengkel sekalipun. Namun masih banyak pelaku wirausaha yang belum memanfaatkan teknologi internet, salah satunya wirausaha kecil dan menengah seperti bengkel Arfa Custom ini. Sistem yang sedang berjalan dalam bengkel Arfa Custom saat ini masih menyulitkan calon pembeli, dikarenakan jarak dan lokasi yang jauh dari kota. Bukan hanya untuk melakukan transaksi, bahkan hanya sekedar ingin mencari informasi mengenai harga dan produk apa saja yang dijual oleh bengkel Arfa Custom pun calon pembeli harus datang langsung ke bengkel Arfa Custom. Hal ini tentu membuat konsumen kesulitan mendapatkan informasi dan sulitnya untuk melakukan promosi dan penjualan dengan calon pembeli.

Dari kendala tersebut dapat diidentifikasi bahwa jarak lokasi bengkel Arfa Custom yang cukup jauh menjadikan pelanggan sulit untuk menuju ke bengkel, untuk mencari informasi apa saja yang dijual oleh bengkel Arfa custom, pelanggan harus datang langsung ke bengkel, dan belum adanya sistem

informasi yang dapat digunakan sebagai perluasan wilayah pemasaran.

Adapun ruang lingkup dalam perancangan ini yaitu hanya menampilkan foto sparepart, harga dan spesifikasi produk, dan proses transaksi hanya sampai menunjukkan bukti transaksi, baik bukti transfer maupun kwitansi.

Dari permasalahan di atas, maka terdapat rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu bagaimana proses penjualan sparepart yang berjalan saat ini, bagaimana pelanggan ingin mencari tahu informasi tentang produk yang dijual oleh bengkel Arfa, dan sistem informasi seperti apa yang dibutuhkan oleh bengkel Arfa.

Perancangan bisa diartikan sebuah rangkaian aplikasi yang terdapat berbagai teknik dan keyakinan untuk tujuan pendefinisian suatu perangkat, suatu serangkaian atau sistem yang memadai untuk memungkinkan realisasi fisiknya.[1] sistem dapat diidentifikasi dalam berbagai kelompok pendekatan, yaitu yang menekankan pada prosedur dan elemennya. Pendekatan sistem yang menekankan pada prosedur adalah sebagai berikut: Sistem merupakan suatu jaringan kerja dari prosedur yang ada dan saling berkaitan, berkumpul bersama guna melakukan suatu usaha atau kegiatan untuk menyelesaikan suatu tujuan tertentu.[2] informasi yaitu berita data yang telah diolah atau diinterpretasikan yang bertujuan sebagai proses pengambilan keputusan.[3] sistem informasi dapat diartikan suatu kumpulan elemen yang saling terhubung satu sama lain yang membuat bentuk kesatuan untuk mengyiapkan data dan memproses serta menyimpan dan mendistribusikan informasi.[4] penjualan merupakan suatu aktivitas atau kegiatan jual beli barang dan jasa kepada konsumen. Selain itu pendapatan yang berasal dari penjualan produk perusahaan, disajikan setelah dikurangi potongan penjualan dan retur penjualan.[5] promosi didefinisikan sebagai fungsi pemasaran yang mengkomunikasikan program-program pemasaran secara persuasif kepada target atau calon pelanggan untuk mendorong terciptanya transaksi pelanggan.[6] promosi penjualan adalah segala bentuk penawaran atau insentif jangka pendek yang ditunjukkan bagi pembeli, pengecer atau pedagang grosir dan dirancang untuk mempengaruhi pembelian.[7] promosi mengacu pada kegiatan berkomunikasi dengan manfaat dari produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk tersebut.[8] website adalah keseluruhan halaman-halaman web yang terdapat dalam sebuah domain yang mengandung informasi. Sebuah website biasanya dibangun diatas banyak halaman web yang saling terhubung.[9] SDLC adalah proses pembuatan dan pengolahan sistem serta model dan metodologi yang digunakan untuk mengembangkan suatu sistem, SDLC juga merupakan pola yang diambil untuk mengembangkan sistem perangkat lunak yang terdiri dari beberapa tahapan tahapan dan metodologi kerangka kerja untuk perencanaan dan pengendalian sistem.[10]

Dengan adanya sistem informasi penjualan sparepart custom

berbasis web sebagai sarana promosi dan transaksi ini diharapkan dapat membantu bengkel Arfa Custom dalam menaikkan omset serta memberikan pelayanan yang maksimal untuk para calon pembeli sehingga calon pembeli akan terus bertambah.

II. METODE PENELITIAN

Perancangan sistem informasi penjualan sparepart custom berbasis web sebagai sarana promosi dan transaksi menggunakan metode pengumpulan data dan metode pengembangan sistem. Tahapan-tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

A. Observasi

Metode pengumpulan data ini untuk membantu pengumpulan data dengan cara mengamati langsung pada objek yang berhubungan dengan kegiatan dan melakukan pencatatan secara sistematis.

B. Wawancara

Metode pengumpulan data ini untuk membantu pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan secara lisan kepada bagian yang terkait dalam usaha untuk melengkapi data.

C. Studi Kasus

Pengumpulan informasi dilakukan dengan cara mencari referensi yang berhubungan dengan kegiatan, referensi dapat diperoleh dari media buku atau internet.

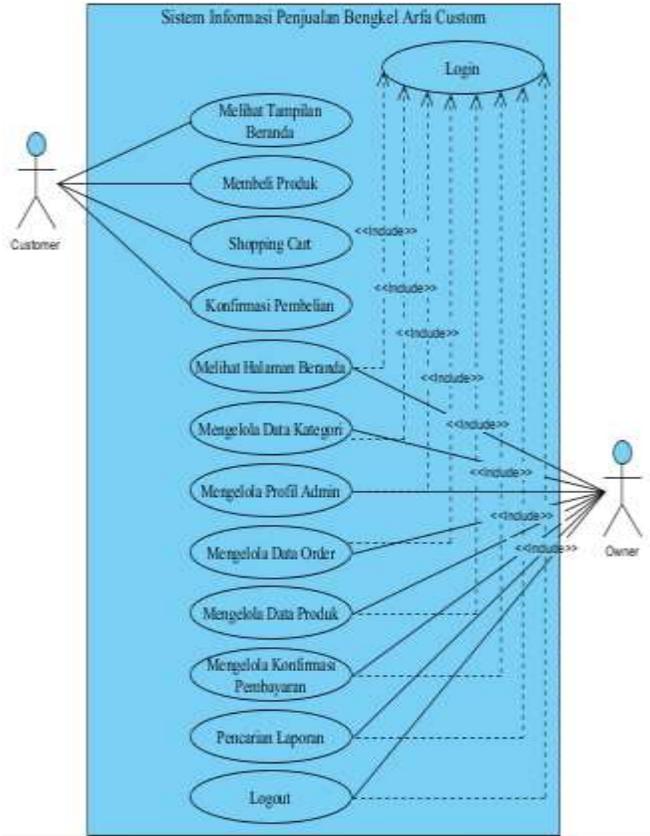
D. Rancangan

Dalam penelitian ini metode perancangan yang digunakan adalah metode SDLC (*system development life cycle*) terdapat 5 (lima) tahapan untuk penggunaan metode ini, yaitu:

1. Perencanaan
2. Menganalisa Sistem
3. Perancangan
4. Implementasi Sistem
5. Pemeliharaan Sistem

E. Diagram Rancangan Sistem

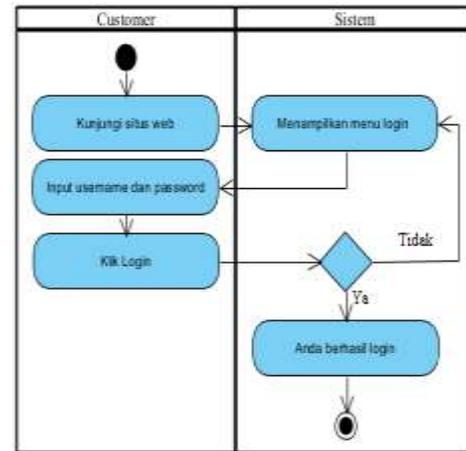
Untuk menganalisis sistem yang diusulkan, pada penelitian ini digunakan program *Visual Paradigm For UML 8.0 Enterprise Edition* bertujuan untuk menggambarkan *Use Case Diagram*, *Activity Diagram*, *Class Diagram*, dan *Sequence Diagram*. Berikut adalah *use case diagram* sistem yang diusulkan



Gambar 1. Use Case Diagram Sistem yang Diusulkan

Dari *use case diagram* sistem yang diusulkan di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. 1 (satu) sistem yang mencakup seluruh proses sistem informasi penjualan
2. Terdapat 2 actor yang mengelola sistem informasi penjualan sparepart custom berbasis web sebagai sarana promosi dan transaksi.
3. Owner dapat mengakses hampir semua sistem. Yaitu *login*, melihat halaman beranda, mengelola data kategori, mengelola profil admin, mengelola data order, mengelola data produk, mengelola konfirmasi pembayaran, pencarian laporan, *logout*.
4. *Customer* dapat mengakses beberapa sistem. Yaitu melihat tampilan beranda, membeli produk, *shopping cart*, dan konfirmasi pembelian.



Activity Diagram adalah diagram aktifitas yang memperlihatkan aliran dari suatu aktifitas sistem ke aliran aktifitas sistem lainnya. Berikut adalah *activity diagram login* sistem informasi penjualan sparepart custom berbasis web sebagai sarana promosi dan transaksi yang diusulkan

Berdasarkan *activity diagram login* di atas, berikut merupakan penjelasan yang terjadi antara *user* dengan sistem:

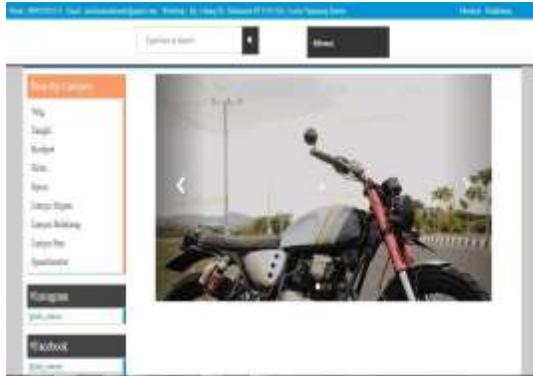
1. *Customer* memasukkan *username* dan *password*.
2. Jika *customer* salah memasukkan *username* ataupun *password*, maka akan kembali ke halaman *login*
3. Jika *customer* benar memasukkan *username* ataupun *password*, maka akan berhasil *login* dan menampilkan menu *dashboard*.



Gambar 4. Tampilan dashboard

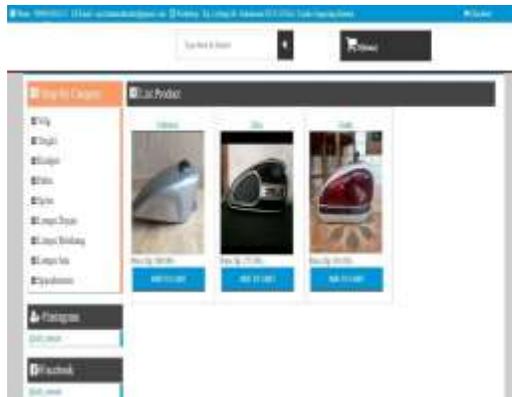
III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Rancangan Aplikasi



Gambar 3. Tampilan Menu Beranda

Pada gambar 3 menampilkan menu beranda yang berisi informasi *shop by category* yaitu kategori barang-barang yang ada di bengkel. Seperti velg, tangka, knalpot, dll.



Gambar 4. Tampilan Menu List Produk

Pada gambar 4 menampilkan menu *list* produk, yang berisikan produk-produk yang tersedia pada bengkel dan dapat dibeli oleh *customer*.



Gambar 5. Tampilan Menu Shopping Cart

Pada gambar 5 menampilkan menu *shopping cart* yang hanya dapat dilihat oleh *customer* yang sudah memilih dan membeli produk. Jika ingin menambah pembelian produk *customer* dapat mengklik tombol “Lanjutkan Belanja” tetapi jika merasa sudah cukup, *customer* dapat langsung mengklik tombol “Selesai Belanja”.

Menu detail dan pengiriman barang yang berguna untuk *customer* melanjutkan pembelian dengan memasukkan alamat rumah *customer*.

ID	KATEGORI	ESKEMER	WARA	STOK	LOKASI	DESKRIPSI	BIAYA	PILIHAN
1	Spoke/velg	2021	Merah	0	2.LabGaruda	Spoke/velg Standar Cangk. 16 Lantai	Rp. 111.000	[EDIT] [HAPUS]
2	Spoke/velg	2021	Putih	0	2.LabGaruda	Spoke/velg Standar Cangk. 16 Lantai	Rp. 140.000	[EDIT] [HAPUS]
3	Lamp. Led	2021	Agal	0	2.LabGaruda	Lamp. Led. 16w. 4pin Cangk. 16 Agal. 16w. 4pin	Rp. 110.000	[EDIT] [HAPUS]
4	Lamp. Led	2021	16w	0	2.LabGaruda	Lamp. Led. 16w. 4pin Cangk. 16 Agal. 16w. 4pin	Rp. 100.000	[EDIT] [HAPUS]
5	Lamp. Led/velg	2021	1200 Mag	14	2.LabGaruda	Lamp. Led/velg Cangk. 16 Agal. 16w. 4pin	Rp. 11.000	[EDIT] [HAPUS]

Gambar 7. Tampilan Menu Data Produk

Pada gambar 7 menampilkan menu data produk yang berguna untuk admin, menu ini dapat menambahkan, mengedit bahkan menghapus data-data barang atau produk yang tersedia di bengkel.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah dilakukan penelitian, maka penulis dapat menyimpulkan beberapa hal dari data di atas, sebagai berikut:

1. Proses penjualan di bengkel Arfa custom dilakukan dengan cara masih dengan manual dimana pembeli datang langsung ke toko untuk membeli produk.
2. Pelanggan yang ingin mencari informasi tentang produk harus datang ke toko secara langsung karena keterbatasannya pemanfaatan teknologi.
3. Bengkel Arfa Custom butuh sistem informasi sebagai sarana promosi dan transaksi agar memudahkan para pelanggan dalam mencari informasi maupun bertransaksi jarak jauh.

Agar penerapan perancangan sistem informasi ini dapat terwujud dengan baik, maka penulis memberikan saran antara lain:

1. Membuat pengembangan sistem yang menarik pada website sehingga dapat menarik minat customer untuk membeli produk yang ditawarkan.
2. Memberikan pelatihan kepada karyawan terkait sistem yang baru.
3. Untuk menghindari kehilangan data akibat virus,

pengaksesan data dari pihak yang tidak berwenang, dan dari kemungkinan kecelakaan diakibatkan oleh kebakaran, banjir dan lain sebagainya, disarankan untuk membackup data secara regular dan disimpan di tempat yang aman.

10.12928/JASIEK.v13i2.xxxx.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. F. Siregar and M. Melani, “Perancangan Aplikasi Komik Hadist Berbasis Multimedia,” *J. Teknol. Inf.*, vol. 2, no. 2, p. 113, 2019, doi: 10.36294/jurti.v2i2.425.
- [2] A. Hidayat and S. Fahri, “Perancangan Sistem Informasi Pengolahan Data Zakat Fitrah Berdasarkan Perhitungan Badan Amil Zakat,” *J. Manaj. Inform.*, vol. 4, no. 2, 2017.
- [3] W. Wildaningsih and A. Yulianeu, “Sistem Informasi Pengolahan Data Anggota Unit Keagiatan Mahasiswa (UKM) Zaradika STMIK DCI Tasikmalaya,” *Jumantaka*, vol. 2, no. 1, pp. 181–190, 2018, doi: 10.31843/jmbi.
- [4] E. Manik, “Sistem Informasi Bank Data Proyek Dinas Pekerjaan Umum Kota Binjai,” *J. Informatika Kaputama*, vol. 1, no. 2, pp. 17–25, 2017.
- [5] A. Ananditya, S. Sriyono, and S. Yanti, “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Voucher Game Online Berbasis Desktop pada Aren.Net di Depok,” *J. Ris. dan Apl. Mhs. Inform.*, vol. 1, no. 01, pp. 87–94, 2020, doi: 10.30998/jrami.v1i01.210.
- [6] P. Priskilia, “Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Memakai Ulang Layanan GO-PAY di Wilayah Jakarta/Priskilia/27150061 ...,” vol. 9, no. November, 2019.
- [7] S. M. Janosik, “No Title No Title,” *NASPA J.*, vol. 42, no. 4, p. 1, 2005, doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- [8] S. G. Tulangow, T. M. Tumbel, and O. F. C. Walangitan, “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado,” *J. Adm. Bisnis*, vol. 9, no. 3, p. 35, 2019, doi: 10.35797/jab.9.3.2019.25129.35-43.
- [9] M. Manuhutu and J. Wattimena, “Perancangan Sistem Informasi Konsultasi Akademik Berbasis Website,” *J. Sist. Inf. Bisnis*, vol. 9, no. 2, p. 149, 2019, doi: 10.21456/vol9iss2pp149-156.
- [10] A. Hidayat and A. Faizin, “Algoritma, Enkripsi , Deskripsi , DES dan RSAUNTUK KEAMANAN DATA,” *Jaisek*, vol. 1, no. 2, pp. 89–97, 2019, doi: