

PERANCANGAN APLIKASI PENJUALAN BERBASIS WEB DENGAN METODE PROTOTYPING PADA CV KHATULISTIWA

Izharyan Iqbal¹, R.Wahyu Witjaksono², M.Teguh Kurniawan³
Fakultas Rekayasa Industri, Telkom University

¹izharyan@gmail.com,¹rwahyuwicaksono@gmail.com,¹teguhkurniawan@telkomuniversity.ac.id

Abstrak-Perkembangan teknologi informasi yang demikian pesat mencakup seluruh aspek kehidupan manusia. Dimulai dengan trend sosial media yang dalam lima tahun terakhir ini berkembang dengan amat pesat. Dengan perkembangannya tersebut teknologi informasi tidak lagi hanya menjadi sarana berkomunikasi antara penggunanya, melainkan juga sebagai alat untuk memperluas cakupan bisnis para pelaku usaha.

Salah satu perusahaan tersebut adalah cv khatulistiwa salah satu produsen produk makanan ringan di indonesia. Untuk dapat bersaing secara global diperlukan suatu alat atau *tools* yang dapat menjangkau pasar yang diharapkan dalam hal ini adalah peningkatan penjualan produk. Dengan pemanfaatan teknologi informasi perusahaan ini sedang mengembangkan sebuah portal web sebagai sebuah sarana untuk melakukan promosi dalam usaha peningkatan penjualan produknya.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah aplikasi yang ditujukan bagi cv khatulistiwa untuk meningkatkan volume penjualan dan perluasan *marketing* produk cv khatulistiwa. Aplikasi berbasis *web* ini dirancang dengan menggunakan metode *prototype* yang bertujuan agar dalam proses perancangan dan hasil akhir aplikasi yang

dibuat dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan cv khatulistiwa.

Kata kunci : teknologi informasi, *e-commerce*, *website*, portal, cv khatulistiwa, *prototype*, pasar.

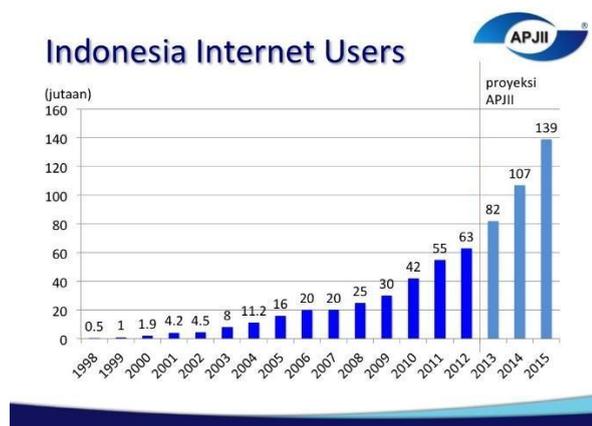
I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Persaingan dunia bisnis saat ini semakin kompetitif . Inovasi dibutuhkan untuk tetap dapat bersaing di dunia industri. Perkembangan yang pesat pada industri menjadikan pelanggan sebagai aset perusahaan dan bukan lagi hanya sebagai *end user*.Perusahaan saat ini seharusnya memiliki pandangan bahwa pelanggan merupakan segalanya bagi perkembangan dan kemajuan bisnisnya.

Pelanggan merupakan aset penting bagi perusahaan. Saat ini perusahaan – perusahaan membutuhkan suatu inovasi yang dapat melayani para pelanggan.Melalui penggunaan teknologi internet yang berkembang pesat saat ini, perusahaan dapat memperoleh *feedback* dari pelanggan untuk mendapatkan informasi yang berguna dalam tujuannya meningkatkan loyalitas pelanggan, memenuhi keinginan pelanggan dan meningkatkan penjualan. Permasalahan yang

terjadi saat ini adalah banyaknya perusahaan kompetitor sejenis yang membuat produk serupa, sehingga pelanggan akan memiliki banyak pilihan perusahaan dengan produk atau jasa yang mereka butuhkan. Ketika satu perusahaan tidak dapat memuaskan pelanggan, mereka akan memilih kembali mana perusahaan terbaik yang dirasa dapat memenuhi kebutuhan sesuai dengan yang pelanggan inginkan. Dalam usaha untuk menambah pemasukan, perusahaan membutuhkan suatu aplikasi yang dapat melayani para pelanggannya terkait produk, penjualan dan pelayanan purna jual yang dapat memberikan nilai lebih untuk perusahaan dan di harapkan dapat menjaga loyalitas pelanggan untuk tetap membeli produk perusahaan. Berikut adalah gambaran terkait pengguna internet sebagai basis dari aplikasi yang akan dibuat karena kegiatan jual-beli yang berkembang adalah yang dapat memberikan kemudahan akses dan kualitas produk.



Gambar pengguna internet indonesia

Pada Gambar diatas adalah grafik terkait jumlah pengguna internet indonesia dari tahun ke tahun. Penelitian dilakukan oleh asosiasi penyelenggara

jasa internet indonesia (APJII) yang menunjukkan bahwa begitu pesatnya penggunaan internet di indonesia dan pada tahun 2015 di proyeksikan bahwa penggunaan internet di indonesia akan berjumlah lebih dari setengah populasi penduduk indonesia. Tentu saja hal ini merupakan kesempatan yang sangat besar bagi banyak perusahaan dan instansi bisnis yang ada di indonesia untuk meningkatkan pendapatannya melalui kampanye – kampanye pemasaran produk yang di lakukan secara *online*. Berikut adalah data perkembangan dan prakiraan b2c (*Business to business*) *commerce* di wilayah asia-pasifik termasuk indonesia



Source: Emarketer, GoGlobe

Gambar estimasi e-commerce [1]

Menurut Matthew Driver, presiden MasterCard untuk wilayah Asia Tenggara, Indonesia adalah salah satu negara dengan pertumbuhan pasar *e-commerce* yang terbesar di Asia-Pacific. Di bawah ini adalah jumlah estimasi penjualan *e-commerce* untuk wilayah Asia-Pacific.



Gambar estimasi e-commerce (startupbisnis.com, 2014) [1]

Penelitian ini di lakukan di sebuah perusahaan manufaktur pengolahan produk makanan, bernama

CV Khatulistiwa. CV Khatulistiwa lahir pada juli 2009, perusahaan ini mempunyai kantor pusat di Jawa Tengah, dengan kantor cabang berupa beberapa gudang distribusi produk di daerah Jawa Barat dan Jawa Tengah, produk perusahaan ini adalah produk makanan berupa *ice cream*, distribusi produk di bawah kendali kantor pusatnya di Jawa Tengah, kantor cabang menerima kiriman barang dari kantor pusat yang telah di olah dan siap di pasarkan, pemasaran oleh kantor cabang dilakukan dengan cara pendistribusian ke tiap kios-kios penjualan yang berafiliasi dengan CV Khatulistiwa, tugas pokok dari kantor cabang ialah mengatur distribusi per wilayah kantor cabang, dan menerima *feedback* langsung dari *customer* yang menjadi distributor dari kantor cabang untuk cakupan wilayah yang lebih kecil. Selanjutnya *feedback* yang di terima oleh kantor cabang akan di laporkan ke kantor pusat untuk dimintai keputusan.

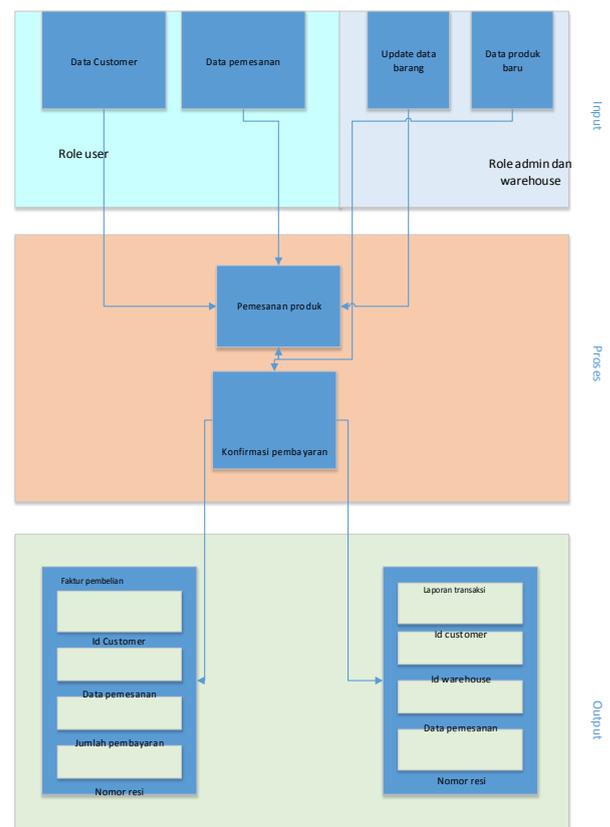
Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat dirumuskan masalah yaitu:

Bagaimana aplikasi E-commerce CV Khatulistiwa yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan untuk meningkatkan hubungannya dengan pelanggan yang dalam hal ini adalah para distributor dalam meningkatkan pendapatan?

III. METODOLOGI PENELITIAN

Model Konseptual

Model konseptual adalah konsep pemikiran yang membantu peneliti untuk merumuskan pemecahan masalah dan membantu dalam merumuskan solusi permasalahan yang ada. Model konseptual dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

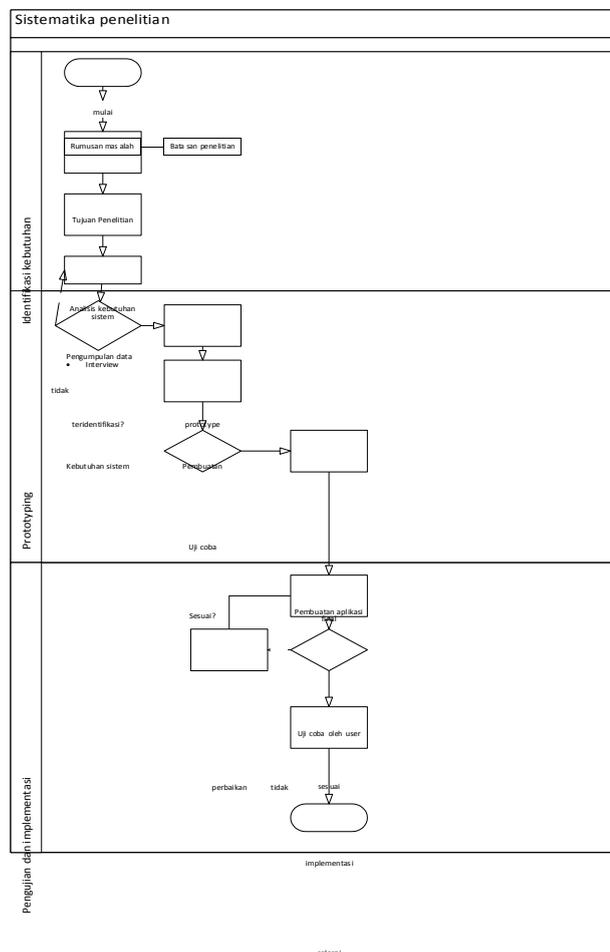


Gambar Model konseptual

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Prototype* dan perusahaan CV Khatulistiwa sebagai objek penelitiannya. Data *input* terbagi menjadi dua, yaitu data *user* (profil dan pemesanan) dan data internal perusahaan. Terdapat tiga aktor utama di dalam aplikasi yaitu *administrator*, *user* dan *gudang*. *User* yang telah terdaftar dapat melakukan pemesanan yang akan segera di validasi oleh administrator yang berada di kantor pusat lalu kemudian pengiriman produk akan dilakukan melalui gudang terdekat yang telah mengkonfirmasi pemesanan yang telah di validasi oleh administrator.

Sistematika Penelitian

Penjelasan mengenai sistematika penelitian akan di gambarkan pada gambar berikut ini:



Gambar Sistematika penelitian

Pada proses penelitian ini, peneliti membagi menjadi tiga tahap yaitu:

1. Tahap Identifikasi kebutuhan
 Tahap identifikasi merupakan tahapan dimana peneliti melakukan studi literatur dan studi terhadap objek penelitian yaitu cv khatulistiwa. Pada studi literatur dilakukan terhadap teori yang mendukung penelitian yang berasal dari berbagai referensi seperti buku, jurnal penelitian, serta internet. Pada studi literatur ini, teori yang digunakan berhubungan dengan *e-commerce*, bahasa pemrograman PHP, dan MySQL, kemudian studi dilakukan dengan observasi untuk melihat objek yang akan diteliti dengan cara melihat proses bisnis pada cv Khatulistiwa. Setelah dilakukan studi pendahuluan, kegiatan berikutnya dilanjutkan dengan.

2. Tahap Pengembangan Aplikasi

metode pengembangan kegiatan yang berorientasi

a) *Object identification*

Tahap ini adalah tahap awal dimana pada perusahaan tempat penelitian ini dilakukan yaitu CV Khatulistiwa. Pada tahap ini dilakukan identifikasi masalah dan ukuran – ukuran yang pasti dari produk yang akan dibuat sesuai dengan keinginan *user*.

b) *Risk identification*

Pada tahap ini dilakukan pendefinisian area secara lebih mendetail dengan

mempertegas permasalahan dan batasan – batasan sukses dari indikator produk yang akan di buat.

c) *Construction*

Pada tahap ini, *coding* dilakukan untuk menghasilkan sebuah aplikasi e-commerce dengan menggunakan *framework* PHP CI yang dihubungkan dengan *database* MySQL.

d) *Evaluation*

Pada tahap ini di lakukan uji coba dan evaluasi pada produk prototipe oleh *user* dan akan diberikan *feedback* oleh user apabila di butuhkan untuk pengembangan produk selanjutnya.

e) *Looping process*

Pada tahap ini produk prototipe akan di kembangkan terus menerus hingga mencapai hasil yang paling mendekati keinginan *user* dengan acuan sebagai berikut :

- 1) Di dapat informasi yang cukup terkait kebutuhan *user* sehingga pengembangan dapat di lakukan
- 2) Apabila terdapat suatu masalah yang sulit diatasi, dapat ditemukan solusi yang paling mendekati atau setara dengan tetap mempertimbangkan manfaat dan kegunaan produk.
- 3) Di dapat sebuah produk prototipe yang paling mendekati kebutuhan *user* yang akan di jadikan acuan untuk produk yang akan di kembangkan.

f) *Building real product*

Tahap ini adalah tahap akhir dari pembuatan produk dimana produk yang akan di ciptakan adalah produk final yang akan di gunakan oleh *user*.

3. Tahap implementasi

Pada tahap ini dilakukan pembuatan kesimpulan dan saran setelah proses pembuatan produk akhir dan pengujian telah dilakukan. Aplikasi yang dibuat telah di ujicoba oleh user dan tahap ini bertujuan untuk menyimpulkan penelitian yang dilakukan, serta memberikan saran sesuai hasil penelitian..

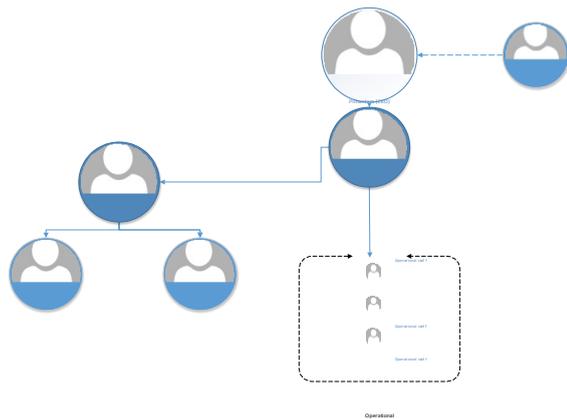
IV. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Profil Perusahaan

Cv khatulistiwa adalah badan usaha yang memproduksi produk *ice cream*. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2009 dan mulai secara aktif memproduksi *ice cream* pada tahun 2010. Pada saat ini, cv khatulistiwa telah memiliki beberapa cabang distribusi di beberapa kota besar di Indonesia seperti Bali, Semarang, Malang, Surabaya, Cirebon dengan berkantor pusat di Solo cabang di kota lain difungsikan sebagai gudang untuk menyimpan sementara produk yang akan di distribusikan kepada konsumen.

Struktur Organisasi

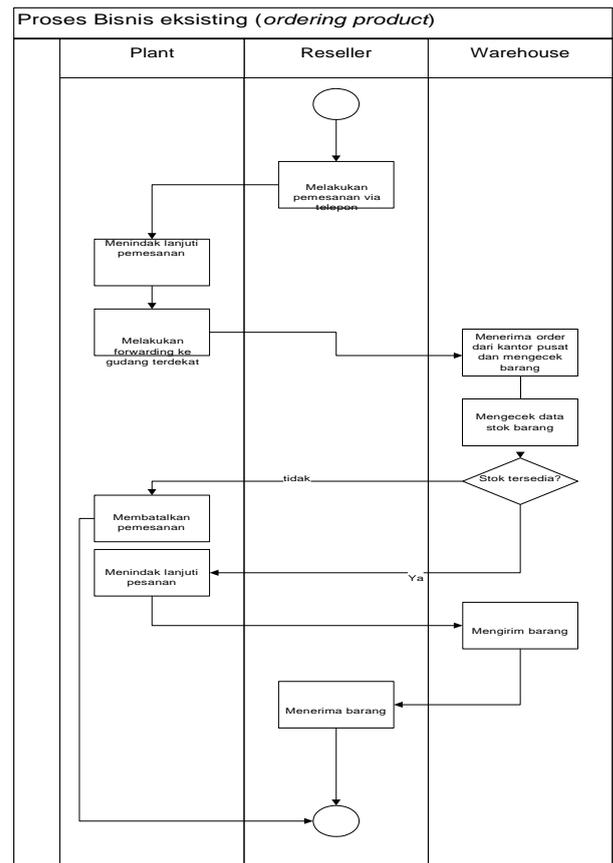
Berikut adalah struktur organisasi yang ada di perusahaan cv khatulistiwa.



Gambar Struktur organisasi

Analisis Proses Bisnis Existing

Saat ini perusahaan cv khatulistiwa masih melakukan proses transaksi jual beli secara offline. Konsumen yang ingin membeli produk cv khatulistiwa saat ini harus datang langsung ke kantor pusat atau ke gudang distribusi milik cv khatulistiwa. Perusahaan juga masih belum memiliki database pelanggan. Seharusnya jika perusahaan memiliki database pelanggan, perusahaan dapat mengetahui siapa yang membeli produk perusahaan dan mengetahui karakteristik pelanggannya. Dengan adanya database pelanggan, perusahaan diharapkan dapat menjalin hubungannya dengan pelanggan lebih baik lagi dengan mengetahui dan mengerti apa yang sesungguhnya diinginkan pelanggan yang tentunya hal ini akan menambah lagi keuntungan bagi perusahaan.



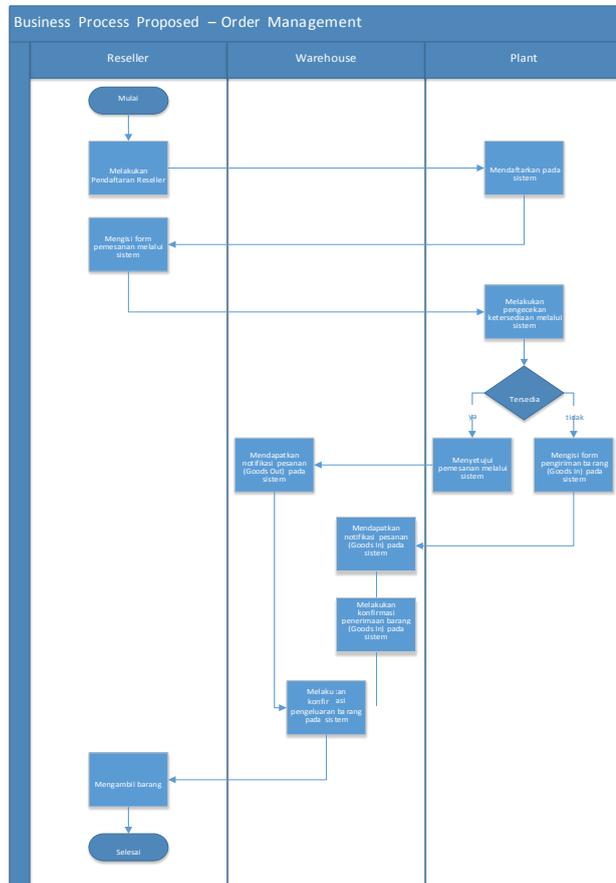
Gambar Proses bisnis eksisting

Dari analisis proses bisnis perusahaan saat ini dapat ditemukan beberapa kelemahan dan kekurangan berupa :

1. Pelayanan yang diberikan oleh cv khatulistiwa masih bersifat konvensional yaitu perusahaan akan memberikan informasi produk apabila pelanggan (customer) meminta.
2. Belum adanya sarana tempat bertukar informasi antara cv khatulistiwa dengan para pelanggan secara *Real-time*
3. Perusahaan tidak mengetahui karakteristik dari pelanggan yang telah membeli produknya.
4. Belum ada sarana bagi pelanggan untuk dapat bertanya tentang produk perusahaan dan cara pembelian secara online.

Analisis proses bisnis usulan

Berikut adalah tampilan gambar dari proses bisnis usulan pada cv khatulistiwa.



Gambar Proses bisnis usulan.

Pada gambar IV.3 menunjukkan proses pembelian produk yang di lakukan oleh pelanggan (*customer*) menggunakan aplikasi penjualan cv khatulistiwa. Para pelanggan mendapatkan kemudahan untuk melakukan jual beli secara *online* kapan pun. Pada *website* cv khatulistiwa juga di tampilkan informasi terkait produk – produk yang tersedia dan berbagai kemudahan lainnya. Para pelanggan hanya perlu mendaftar secara *online* kemudian pihak cv khatulistiwa akan mengkonfirmasi dengan memberikan akun dan *password* kepada pelanggan.

Business Modeling

Fase ini menggambarkan bagaimana aplikasi ini mendapatkan sebuah *revenue* dengan tujuan agar aplikasi dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan *user* dan juga perusahaan. Pemodelan proses bisnis dibuat untuk merancang aplikasi *e-commerce* yang dibutuhkan perusahaan.. Bagian pertama yaitu *key partnership*. *Key partnership* untuk mengembangkan aplikasi ini antara lain perusahaan cv khatulistiwa, end user, dan Customer. Ketika bekerja sama perusahaan cv khatulistiwa, pegawai dan anggota organisasi tersebut bekerja sama untuk menjadi kontributor pada aplikasi ini.

Key Activities pada aplikasi ini adalah *Marketing* dan *Selling*. *Marketing* disini berpengaruh besar terhadap kesuksesan perusahaan dalam kegiatan pemasaran produknya. Semakin sukses pemasarannya, semakin tinggi tingkat penjualan produknya. *Selling* disini memiliki pengaruh sebagai kesuksesan dalam mencapai keuntungan bagi perusahaan. Semakin tinggi tingkat penjualan, semakin bias dikatakan bahwa perusahaan tersebut telah sukses menjual produknya.

Key Resources yang berpengaruh besar dalam aplikasi ini adalah *e-commerce* dan Portal Web Design cv khatulistiwa. Pada fitur *e-commerce*, teknik penjualan dan pemasaran merupakan kunci menuju sukses baru yang diharapkan oleh perusahaan. Sedangkan portal cv khatulistiwa diharapkan menjadi wadah yang mampu menampung pendapat dan masukkan masyarakat terhadap produk perusahaan yang tujuannya adalah sebagai penyebarluasan merk perusahaan.

Value propositions yang diberikan dari perusahaan adalah *ice cream*, Premium & Build Quality Product. *Ice cream* disini merupakan produk perusahaan yang memiliki cita rasa yang unik dan khas di dalamnya dan bahan baku serta varian rasa yang memiliki kualitas terbaik di kelasnya. Informasi *produk* merupakan nilai yang didapatkan dari adanya portal cv khatulistiwa. Di dalam portal ini akan terjadi pertukaran informasi tentang *produk* yang saat ini sedang di promosikan.

Customer Relationships yang diterapkan disini adalah melalui adanya fitur di dalam aplikasi berupa kemudahan akses, pelayanan 24 jam dan Portal cv khatulistiwa. Garansi produk disini dapat dilakukan pelanggan yang telah membeli melalui website maupun pembelian offline (*customer* dan *end user*).

Channels yang digunakan disini adalah internet karena aplikasi ini berbasis web.

Customer Segments dibagi menjadi dua bagian yaitu member portal cv khatulistiwa dan pelanggan atau calon pelanggan yang telah atau akan membeli produknya. Dalam portal cv khatulistiwa, seluruh member dapat bertukar informasi tentang design yang sedang trend dan mereka dapat melakukan pembelian pada halaman aplikasi penjualan. Sedangkan pelanggan atau calon pelanggan adalah orang yang telah membeli produk perusahaan dapat menjadi member *portal web* perusahaan dengan melakukan pendaftaran terlebih dahulu.

Cost structure merupakan biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan bisnis dari aplikasi ini. Terdiri dari biaya IT dan biaya marketing.

Revenue Streams dalam aplikasi ini berasal dari keberhasilan penjualan produk melalui aplikasi penjualan dan iklan.

Perancangan Aplikasi

Berikut ini adalah table tentang requirement functional aplikasi ini :

Aplikasi penjualan pada perusahaan cv khatulistiwa ini terdiri dari tiga aktor, yaitu:

1. Administrator

merupakan pengguna yang memiliki hak akses tertinggi dalam aplikasi ini. Admin juga merangkap tugas sebagai *customer service* yang tugasnya adalah berhubungan langsung dengan pelanggan/konsumen, dimana jika konsumen membutuhkan informasi mengenai produk yang ditawarkan dapat langsung berinteraksi untuk menjelaskan dan memberikan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan kepada pelanggan. Admin dapat melihat data produk, data penjualan, keluhan dan saran konsumen.

2. Gudang

adalah anggota yang sudah terdaftar. Dalam system ini *gudang* diberikan hak akses tertentu seperti mengolah data login, profil, melihat data produk serta membeli produk yang diinginkan, mengirim keluhan tentang produk atau pelayanan dan mengolah data kritik dan saran.

3. User

adalah seorang pengguna biasa yang hak aksesnya sangat terbatas. *User* hanya dapat mengakses website untuk melihat katalog produk, mengirim pertanyaan seputar produk dan cara pembelian. Jika user ingin membeli produk, user harus melakukan sign up terlebih dahulu.

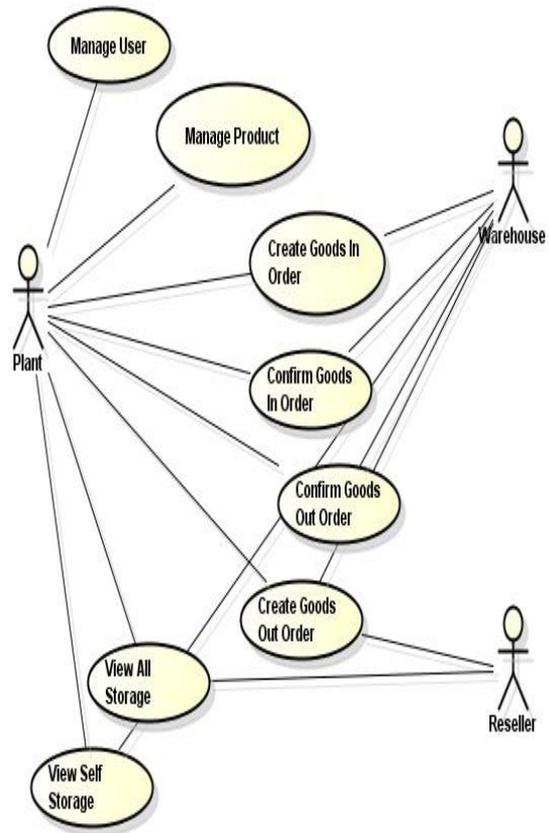
Tabel Aktor aplikasi penjualan cv khatulistiwa

No	Nama Aktor	Deskripsi
1	<i>Administrator</i>	Aktor yang memiliki akses khusus sebagai pengelola sistem
2	Gudang	Aktor yang diberi beberapa wewenang khusus untuk berkontribusi dalam sistem
3	<i>customer</i>	Aktor yang hanya dapat melihat produk dan beberapa fungsi aplikasi

Use Case

Use case yang dibuat berdasarkan model bisnis yang dijabarkan pada pembahasan sebelumnya. Pada gambar dibawah ini merupakan detail dari use case. Pada use case ini dijelaskan bahwa admin memiliki aktivitas penting yaitu mengelola data pelanggan. Di dalam kegiatan mengelola data pelanggan yang dilakukan admin ada beberapa aktivitas utama yaitu, membuat laporan berdasarkan produk yang banyak dikeluhkan oleh pelanggan dan broadcast informasi terkait promo, harga dan stok produk.

Selain itu admin juga memiliki tugas untuk mengelola complain. Di dalam mengelola complain admin dapat membalas complain pelanggan yang dapat diatasi permasalahannya dan menghapus complain yang sekiranya tidak penting atau complain tentang masalah diluar perusahaan.



Gambar Use case diagram

Berikut adalah usecase dari aplikasi penjualan cv khatulistiwa dimana Plant/kantor pusat berperan untuk menerima order dari customer yang akan langsung di forward ke gudang/gudang terdekat. Berikut adalah use case form yang berisi penjelasan dan deskripsi aktor dari use case diagram diatas.

Tabel Use case form

Aktor	deskripsi
Plant/Admin	Berfungsi sebagai fasilitator tunggal yang memfasilitasi seluruh aktivitas yang ada pada aplikasi seperti mengatur pendistribusian produk ke setiap gudang, pelayanan terhadap customer/reseller, manage account user, manage account product, order product.

Reseller/Customer	Adalah pengguna aplikasi sekaligus pembeli atau calon pembeli produk yang di jual oleh perusahaan
Warehouse/Gudang	Adalah cabang perusahaan di berbagai daerah sekaligus berfungsi sebagai gudang tempat penyimpanan produk yang akan di distribusikan ke para pelanggan.

Use case dibuat berdasarkan penjelasan model bisnis pada pembahasan sebelumnya pada gambar IV.5 menggambarkan *use case* sistem secara keseluruhan dimana terdapat tiga aktor yang berperan yaitu Plant (Admin), Gudang, dan customer. Dengan perbedaan *role* yang diberikan kepada customer dan gudang dimana customer memiliki hak untuk melakukan pemesanan, mengelola pemesanan dan melihat data stok produk. Gudang memiliki hak untuk melakukan *restocking* dan konfirmasi keluar masuknya produk.

Perancangan Fitur Aplikasi

Perancangan fitur aplikasi yang dimaksud adalah untuk mengidentifikasi fitur yang ada di dalam sistem sesuai dengan fungsionalitas yang dibutuhkan. Tabel IV.5 berikut merupakan fitur yang ada pada prototipe 1

Tabel Perancangan Fitur Pada *Prototype*

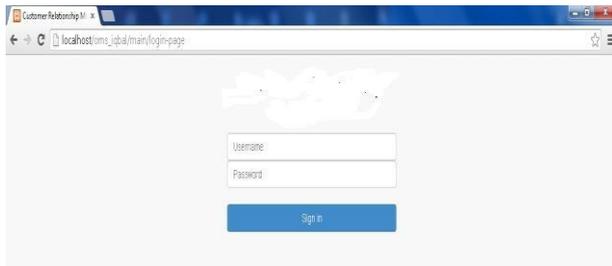
Fitur	Deskripsi	Output
-------	-----------	--------

Barang masuk	Merupakan sebuah fitur yang digunakan oleh Admin untuk mengelola produk yang akan dan telah didistribusikan ke setiap <i>gudang</i>	<ul style="list-style-type: none"> Data stok barang masuk
Barang keluar	Merupakan sebuah fitur yang digunakan oleh admin dan <i>gudang</i> untuk mengelola produk yang akan dikirim dan telah dikirim kepada customer	<ul style="list-style-type: none"> Data penjualan dan barang keluar
Storage	Merupakan sebuah fitur yang digunakan oleh Admin dan <i>gudang</i> untuk mengelola data stok	<ul style="list-style-type: none"> Data stok barang
User	Merupakan sebuah fitur yang digunakan oleh Admin untuk mengelola akun para customer	<ul style="list-style-type: none"> Data profil user Data pembelian user
Product	Merupakan sebuah fitur yang digunakan oleh Admin untuk mengelola produk.	<ul style="list-style-type: none"> Jenis –jenis produk Promo dan discount

V. Desain Aplikasi

Desain Aplikasi yang dimaksud adalah tampilan dan *interface* dari aplikasi yang dibuat yang berisi fitur-fitur sebagaimana yang telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya.

1. Tampilan Login

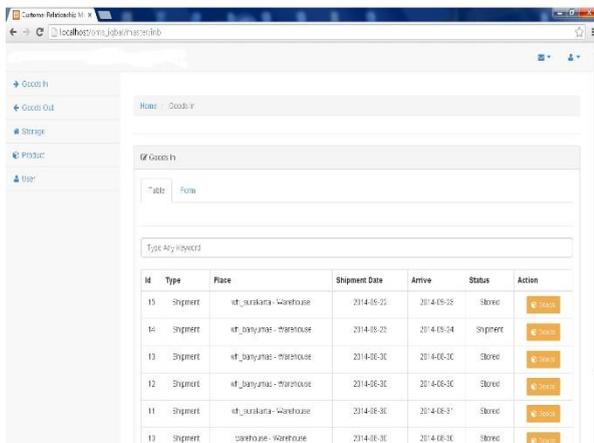


Gambar desain *Login* pada tahap *prototype I*

Berikut adalah desain login pada prototype I dimana login access dapat digunakan oleh semua aktor yang terlibat di dalam penggunaan aplikasi.

2. Tampilan utama

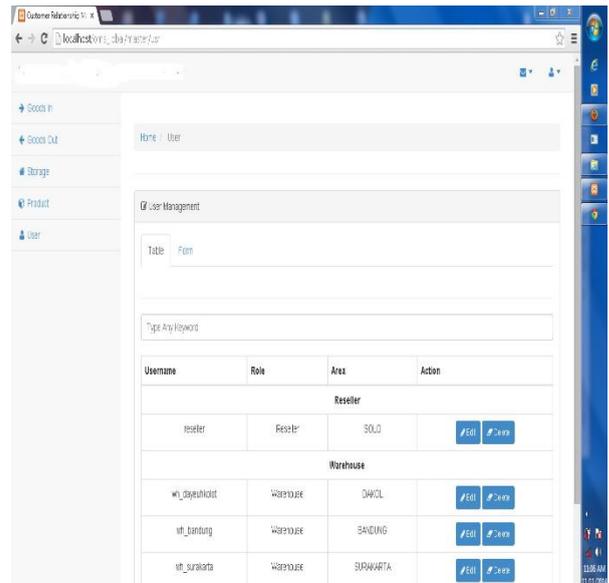
Berikut adalah tampilan utama dengan *login* sebagai *Plant* (Admin) terlihat beberapa fitur yang dapat diakses oleh admin pada sisi kiri tampilan desain.



Gambar desain tampilan utama pada *prototype I*

1. User Management

Berikut adalah tampilan dari fitur user management dengan login sebagai admin.



Gambar fitur *user management*

2. Gudang login

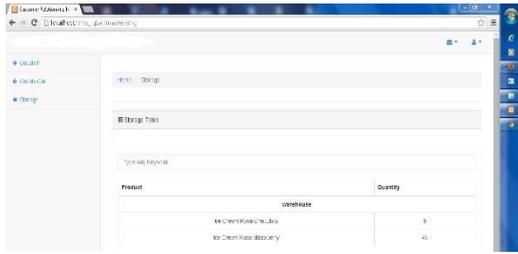
Berikut adalah tampilan *login* dengan menggunakan akun gudang



Gambar login gudang

3. Tampilan utama gudang

Berikut adalah tampilan utama pada akun gudang dimana terdapat tiga fitur utama yaitu barang masuk, barang keluar dan storage.



tampilan utama gudang

User Feedback

Desain dan tampilan yang telah dibuat pada *prototype I* telah mendapat feedback dari *user*. *User* yang terlibat dalam memberikan *feedback* adalah dosen pembina dan calon pengguna berikut adalah data *feedback prototype I*.

Tabel Data *feedback user* terhadap *prototype I*

No.	Parameter pengujian	Respon
1	<i>User Interface Prototype I</i>	Kurang menarik
2	Menu navigasi dan fungsinya	Mudah dipahami
3	Kemudahan pemahaman informasi	Ya
4	Aplikasi telah memenuhi konsep <i>customer relationship management</i>	Cukup
5	Aplikasi memberi nilai tambah bagi pengguna	Cukup
6	Aplikasi telah memberikan <i>output</i> yang diharapkan	Cukup

Berdasarkan data diatas, kesimpulan yang dapat diambil dari *feedback user* adalah:

- Desain *User Interface* yang di buat sudah cukup dipahami
- Fitur yang ada pada *prototype I* sudah cukup spesifik
- Tampilan dari aplikasi masih kurang menarik

Dari hasil evaluasi diatas, maka *prototype I* aplikasi yang dibuat kurang disetujui oleh user akan tetapi apabila dicermati dari sisi fungsionalitas sudah

cukup baik. Tahap selanjutnya adalah memasuki tahap pengembangan aplikasi pembuatan *prototype II* dengan mempertimbangkan hasil dari *prototype I*.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian ini adalah.

- Aplikasi penjualan pada perusahaan cv khatulistiwa dapat mengakomodasi aktivitas jual – beli dan pelayanan yang dilakukan dengan lebih cepat dan efisien. *Customer* dapat dengan mudah mendapatkan informasi terkini terkait produk dan pelayanan yang disediakan oleh perusahaan.
- Aplikasi penjualan pada perusahaan cv khatulistiwa mampu mendokumentasikan dan menghasilkan laporan secara detail mengenai hal-hal yang berkaitan dengan proses jual – beli dan transaksi yang dilakukan oleh pihak *customer* dan gudang sehingga mempermudah aktivitas dan pengawasan terhadap unit- unit bisnis yang dimiliki oleh perusahaan cv khatulistiwa.

Saran

Adapun saran – saran yang untuk pengembangan selanjutnya pada penelitian ini adalah.

- Penambahan fitur berita yang berisikan promosi produk kepada para customer.
- Penambahan fitur “poin” yang berisikan reward bagi para customer yang telah melakukan transaksi melebihi target yang di harapkan.

- c. Penambahan kalkulasi biaya transportasi distribusi produk ke berbagai daerah dari kantor pusat hingga gudang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] startupbisnis.com, “data-statistik-mengenai-pertumbuhan-pangsa-pasar-e-commerce-di-indonesia-saat-ini,” 2014.
- [2] S. A. Putra, Analisis dan Perancangan Sistem Informasi dengan Unified Modeling Language, Bandung: Institut Teknologi Telkom, 2010.
- [3] S. Alter, Information System : Foundation of E-business, University Of Virginia: Prentice Hall, 2002.
- [4] APJII, Data pengguna internet indonesia, 2012.
- [5] onlinemarketingtree.com, “internet marketing strategy,” online marketing tree, 2013.
- [6] Tutorialspoint.com, “e_commerce/e_commerce_business_models.htm,” 2012.
- [7] I. Sommerville, Software Engineering Ninth Edition, Massachusetts: Addison-Wesley, 2011.
- [8] G. Schneider, Electronic Commerce, Ninth Edition, Massachusetts: Joe Sabatino, 2011.
- [9] H. S. A. P. B. Nitish Singh, “GLOBAL E-COMMERCE: A PORTAL BRIDGING THE WORLD MARKETS,” *Journal of Electronic Commerce Research*, VOL 11, NO 1, pp. 1-5, 2010.
- [10] D. Gangeshwer, “E-Commerce or Internet Marketing: A Business Review from Indian Context,” *International Journal of u- and e-Service, Science and Technology*, pp. 187-194, 2013.
- [11] S. G. Eckert, “Inventory Management and Its Effects on Customer,” *Journal of Business and Public Policy (ISSN: 1936-9794)*, pp. 1-13, 2007.
- [12] Y. Ahari, “An Introduction to Electronic Commerce,” *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH VOLUME 2, ISSUE 4,*, pp. 1-4, 2013.
- [13] P. Wanke, “A Conceptual Framework for Inventory Management: Focusing on Low-Consumption Items,” *PRODUCTION AND INVENTORY MANAGEMENT JOURNAL*, pp. 6-24, 2014.

