

Portal Transaksi Barang Secara Online Dengan Fitur Penanganan Permintaan Barang Tidak Tersedia

<http://dx.doi.org/10.28932/jutisi.v5i1.911>

I Ketut Adi Wicaksana^{#1}, Daniel Jahja Surjawan^{#2}

[#]Program Studi SI Teknik Informatika, Universitas Kristen Maranatha
Jl. Prof. Drg. Surya Sumantri 65 Bandung

¹adiwicaksana846@gmail.com

²daniel.js@it.maranatha.edu

Abstract – In the era of development technology, there are so many people who have not been able to use it. For examples to make a sale and purchase transaction they are using conventional way where the customers must go to the seller's place, but the problem comes when the customers do not get the item they are needed. Another problem is that conventional seller financial statements are still records in a paper that can be lost or scattered, and sometimes customers want to find items that are needed but not in any list of stores that cause wasting customer's time and energy and ineffective. This research will make a portal that can manage the transaction for sellers and customers. For reporting, a feature will be made that shows the description and availability of stock items, as well as digital financial records for sellers as financial statements. This research is different from other e-commerce webs, where the special feature added is to manage the customer goods request that is not available as a service to ensure customers satisfaction.

Keywords – Customer Service Satisfaction, Goods Request Management, Online Transaction Portal.

I. PENDAHULUAN

Teknologi saat ini terus berkembang dari masa ke masa, hampir setiap kegiatan yang dilakukan membutuhkan teknologi untuk kemudahan dan kepraktisan. Beberapa contoh nyata penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari yaitu seperti pencarian informasi menggunakan perangkat komputer dan internet, interaksi melalui media sosial, aplikasi tertentu untuk mencari rute ke tempat tujuan, dan masih banyak lagi.

Saat ini teknologi sudah berkembang sangat cepat, namun tidak semua orang menggunakannya untuk membantu usaha mereka. Banyak individu sebagai penjual konvensional atau pun sebagai konsumen mengalami masalah dalam hal menjual atau membeli barang, baik dari segi *input*, proses, maupun *output*. Masalah yang terjadi saat ini adalah pengecekan stok barang yang dilakukan penjual konvensional masih manual sehingga kesalahan dalam perhitungan stok sangat besar. Kemudian untuk melakukan transaksi jual beli masih dilakukan secara konvensional dimana konsumen harus pergi ke tempat penjual yang

belum tentu barang yang dibutuhkan konsumen tersebut ada. Beberapa penjual konvensional maupun online pun masih banyak yang kurang mempedulikan apabila barang yang dicari konsumen tidak tersedia, seringkali mereka menganggap bahwa konsumen dapat mencari barang di tempat lain. Hal ini seharusnya menjadi perhatian bagi para penjual dan seharusnya menjadi bagian dari strategi marketing setiap penjual, sehingga konsumen tidak berpindah ke toko yang lain. Seringkali konsumen akan berpindah dari satu toko ke toko yang lain apabila barang yang dijual sudah lengkap di toko yang baru, karena mereka berpikir lebih baik ke toko yang baru karena sudah pasti barang yang tersedia lebih lengkap. Masalah lain yang sering terjadi yaitu pemasaran produk relatif terbatas sehingga pembeli biasanya hanya dari kalangan sendiri dan tidak ada perkembangan dan kemajuan dalam penjualan barang. Selain itu laporan keuangan penjual konvensional masih berupa catatan yang dapat hilang atau pun tercecer, dan terkadang konsumen ingin mencari barang yang dibutuhkan namun tidak ada dalam list toko manapun yang menyebabkan waktu dan energi konsumen terbuang serta tidak efektif.

Dari beberapa masalah yang ada, diperlukan sebuah aplikasi berbasis *website* sebagai portal yang dapat menjadi sarana jual beli bagi penjual dan pembeli sehingga konsumen tidak perlu datang langsung ke tempat melainkan dapat melihat dan membeli barang dengan cara mengakses web yang akan dibuat dan mengikuti ketentuan yang ada. Pada portal ini akan dilengkapi dengan menu *request list* yang digunakan untuk menampung permintaan barang konsumen yang tidak tersedia sesuai dengan konsep *Customer Relationship Management* [8]. Barang yang tidak tersedia tersebut akan masuk dalam list permintaan yang selanjutnya sistem akan memberikan laporan kepada penjual untuk dapat memenuhi barang tersebut dalam waktu yang sudah ditentukan masing-masing penjual. Untuk laporan, akan dibuat fitur yang menampilkan deskripsi dan ketersediaan stok barang, serta catatan keuangan digital bagi produsen sebagai laporan keuangan.

Penelitian ini mengambil sampel fitur dari beberapa *web e-commerce* sebagai data pendukung seperti Blibli, Bukalapak, JD.ID, OLX dan Tokopedia dan sebagai dasar dalam pengembangan perangkat lunak seperti yang dijelaskan oleh Willey dan Son [4]. Yang membedakan penelitian ini dengan *web e-commerce* yang lain yaitu penanganan permintaan barang konsumen yang tidak tersedia sebagai bentuk pelayanan untuk menjamin kepuasan terhadap konsumen.

II. KAJIAN TEORI

Di dalam penelitian ini, terdapat beberapa teori yang dijadikan landasan dalam penelitian ini. Berikut ini adalah teori-teori yang digunakan:

A. Sistem Informasi

Sistem adalah himpunan dari unsur yang memiliki hubungan dan saling berinteraksi dengan unsur lainnya, terdiri dari unsur-unsur seperti masukan, pengolahan, dan keluaran. Informasi adalah data yang sudah diproses menjadi sesuatu yang dapat digunakan sebagai informasi bagi penggunaannya [3].

Sistem informasi adalah sebuah sistem yang terkombinasi antara kumpulan orang, fasilitas, teknologi, cara kerja dan metode sehingga menciptakan alur komunikasi, serta terdiri dari kumpulan informasi yang berguna bagi penggunaannya yang dapat membantu dalam hal pengambilan suatu keputusan [11].

Menurut Sutabri [7], sistem informasi pada umumnya dapat terbentuk dengan beberapa kegiatan operasi tetap berikut ini, pengumpulan data, pengelompokan data, perhitungan data, analisa topik masalah, dan penyajian laporan.

B. Customer Relationship Management (CRM)

Menurut Kotler dan Armstrong [8], CRM adalah konsep yang paling penting dalam pemasaran modern. Yang dalam arti lebih luas, CRM adalah keseluruhan proses membangun dan memelihara hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan menghantarkan nilai dan kepuasan pelanggan yang unggul.

Menurut Temporal dan Troot [8], berpendapat bahwa CRM merupakan kolaborasi dengan setiap konsumen yang mampu menciptakan keadaan yang tidak merugikan salah satu pihak (*win-win situation*).

Dari beberapa pendapat para ahli di atas, penulis menyimpulkan bahwa CRM adalah suatu proses dimana membangun hubungan yang baik antara penjual dan pembeli dengan meningkatkan nilai dan kepuasan bagi pembeli melalui pelayanan yang diberikan oleh penjual sehingga nantinya penjual mempunyai pembeli yang menjadi pelanggan loyal. Menurut Umar, pengukuran terhadap kualitas pelayanan dinyatakan dalam lima dimensi kualitas pelayanan yaitu,

1. Bentuk fisik, untuk mengukur penampilan fisik, kenyamanan dan kebersihan.

2. Keandalan, merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan jasa yang tepat waktu dan dapat diandalkan.
3. Daya Tangkap, mampu memberikan pelayanan yang cepat dan efisien terhadap pelanggan.
4. Jaminan.
5. Empati, pengukuran meliputi komunikasi yang baik dan memiliki perhatian pribadi antara penjual dan pelanggan.

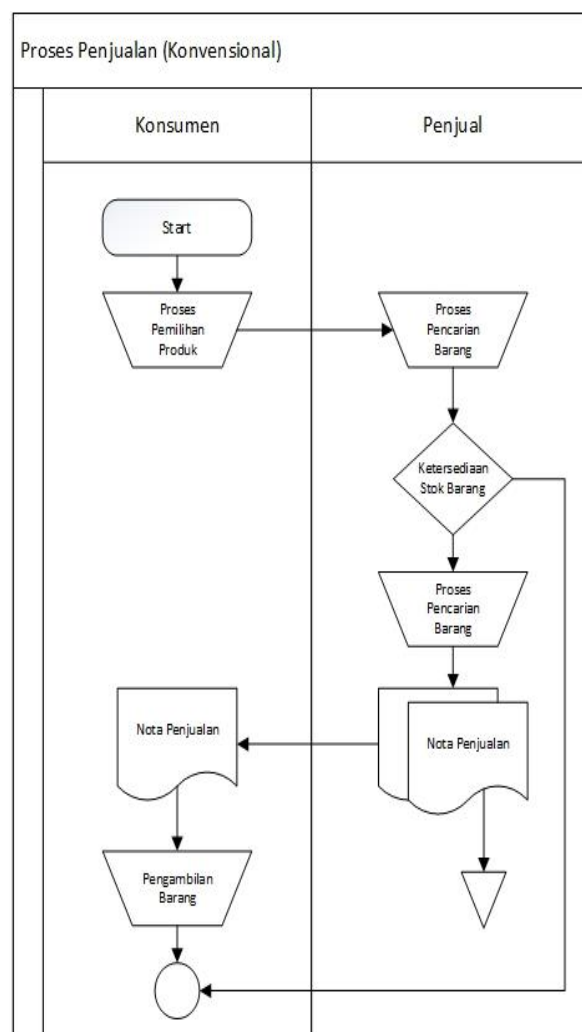
C. Basis Data

Database atau basis Data adalah kumpulan dari data yang terhubung yang disimpan disuatu perangkat atau server sehingga nantinya data tersebut dapat dikelola dan dipanggil menggunakan kueri [12]. Tujuan dari *database* adalah mempermudah penciptaan struktur data dan menyusunnya sehingga memudahkan dalam menyiapkan suatu data yang dibutuhkan oleh sejumlah aplikasi yang digunakan misalnya *web dinamis* yang menggunakan *database* untuk mengolah data dan konten yang ada [10].

III. ANALISIS DAN RANCANGAN SISTEM

A. Proses Bisnis

Berikut adalah proses bisnis penjual konvensional.



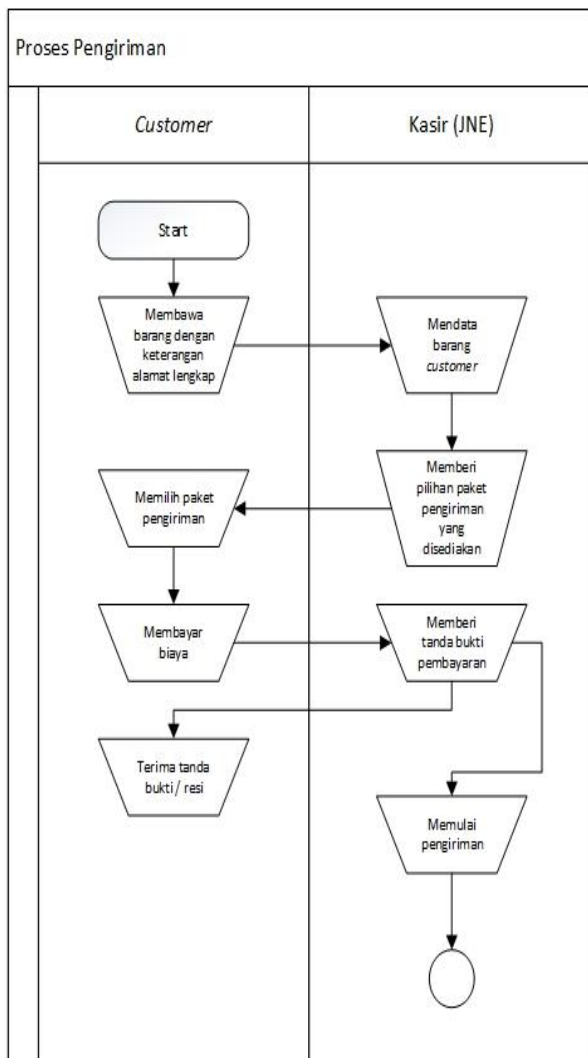
Gambar 1. Proses Pemesanan Barang Pada Pemasok

Gambar 1 menjelaskan mengenai proses bisnis penjualan yang dilakukan oleh penjual konvensional. Penjelasan notasi flowchart ini seperti yang dijelaskan oleh Mujilan [1].

Gambar 2 berikut adalah proses bisnis pengiriman barang yang dilakukan oleh penjual konvensional.

Tahap-tahap proses pengiriman:

1. Penjual atau *customer* membawa barang dengan keterangan alamat yang akan dituju dengan lengkap.
2. Kasir akan mendata barang *customer* seperti jenis barang, berat, isi dan lain-lain.
3. Kasir akan memberi pilihan paket pengiriman yang disediakan, pemilihan paket ini mempengaruhi cepat tidaknya pengiriman.
4. *Customer* memilih paket pengiriman.
5. *Customer* membayar biaya pengiriman.
6. Kasir memberikan bukti pembayaran / no resi dan menyimpan barang *customer* untuk dikirim.
7. *Customer* menerima tanda bukti / no resi.



Gambar 2. Proses Bisnis Pengiriman

B. Analisis Permasalahan

Masalah yang timbul saat ini sebagai berikut:

1. Kalah bersaing dengan kompetitor yang bergerak di bidang yang sama, karena kompetitor telah menerapkan *e-commerce*. Kompetitor sudah memanfaatkan perkembangan teknologi saat ini seperti *e-commerce* untuk mempromosikan produknya lebih luas.
2. Proses transaksi yang tidak efektif dan efisien karena masih *face to face*. Pelayanan menggunakan waktu yang lebih karena pelanggan harus menunggu pelanggan yang lain selesai melakukan pemesanan yang dilayani oleh penjual. Membutuhkan banyak tenaga kerja untuk melayani transaksi dengan pelanggan.
3. Penyimpanan data seperti pendaftaran pelanggan, pemesanan, dan pembayaran tidak terintegrasi dengan baik karena masih menggunakan catatan seperti nota.

D. Analisis Website Sejenis

Berikut adalah analisis fitur dari beberapa *website* sejenis, yang akan menjadi panduan dalam pembangunan *website*.

1. BliBli

BliBli mempunyai fitur sebagai berikut:

- Cicilan 0% semua produk.
- Cicilan tanpa kartu kredit, menggunakan Akulaku, Kredivo, dan Home Credit Indonesia.
- Gratis pengiriman seluruh Indonesia.
- *Customer Care* 24 Jam.
- Jaminan pengembalian produk.
- Sistem pembayaran yang mudah, aman dan terpercaya, menggunakan metode pembayaran yang bervariasi dengan sertifikasi *VeriSign* dan *Credit Card Fraud Detection Sistem*.
- Promo.
- Penyusunan kategori yang sistematis, menghadirkan ratusan ribu produk.
- *Tracking Order*, pengecekan status pemesanan.
- Notifikasi SMS dan *Email* pada setiap pemesanan.
- Perhitungan ongkos kirim otomatis.
- Produk dijamin original.

2. Tokopedia

Tokopedia mempunyai fitur:

- Tokopedia TopAds, fitur untuk mempromosikan toko ataupun produk yang dijual.
- Statistik Toko, fitur untuk melihat performa toko secara detail.
- JNE Online Booking (JOB), penggunaan sistem resi otomatis untuk pengiriman menggunakan JNE.
- *Gold Merchant*, fitur berbayar dengan fasilitas perhitungan kurs dollar, penambahan admin untuk mengelola toko, dan lain-lain.

- TopPoints, poin *reward* bagi semua pembeli yang aktif, dengan adanya poin ini, pembeli dapat berkesempatan mendapatkan diskon.
- Reputation Sistem, sistem penilaian untuk toko, pembeli dan produk.
- Metode pembayaran yang beragam.
- *Tracking Order*, pengecekan status pemesanan.
- Penyusunan kategori.
- Notifikasi SMS dan *Email* pada setiap pemesanan.
- Perhitungan ongkos kirim otomatis.

3. Bukalapak

Bukalapak mempunyai fitur:

- *Premium Account*, fitur berbayar dengan fasilitas seperti melihat statistik penjualan.
- Blog, berisi pengumuman Bukalapak, promo dan lain-lain.
- Pesan, fitur yang digunakan oleh pembeli untuk berkomunikasi dengan penjual.
- PromotePush, fitur untuk mempromosikan lapak.
- *Feedback*, umpan balik dari penjual / *review*.
- Buka Dompot, saldo khusus di Bukalapak, bisa di top up dan bisa dicairkan sewaktu-waktu.
- Notifikasi SMS pada setiap pemesanan.
- Perhitungan ongkos kirim otomatis.
- Fasilitas cicilan 0% bagi produk tertentu.

4. OLX

OLX mempunyai fitur:

- Pasang Iklan, fitur untuk mempublikasikan produk yang akan diiklankan.
- *Tracking Location*, produk yang dipublikasikan akan menyimpan lokasi dimana produk tersebut.
- Pencarian produk berdasarkan lokasi terdekat dengan pembeli.
- Saldo OLX, saldo khusus untuk mengaktifkan fitur yang berbayar seperti sundul iklan dan highlight promo.
- Fitur Sundul Iklan, iklan yang dipublikasikan akan muncul pada deretan paling atas.
- *Highlight promo*, fitur untuk membuat tampilan iklan menjadi lebih menarik.

5. JD.ID

JD.ID mempunyai fitur:

- *Promo event*.
- Penyusunan kategori.
- Sistem *review* produk.
- Pembayaran otentikasi dari bank.
- *Tracking* status pemesanan menggunakan no order.
- Produk dijamin original.

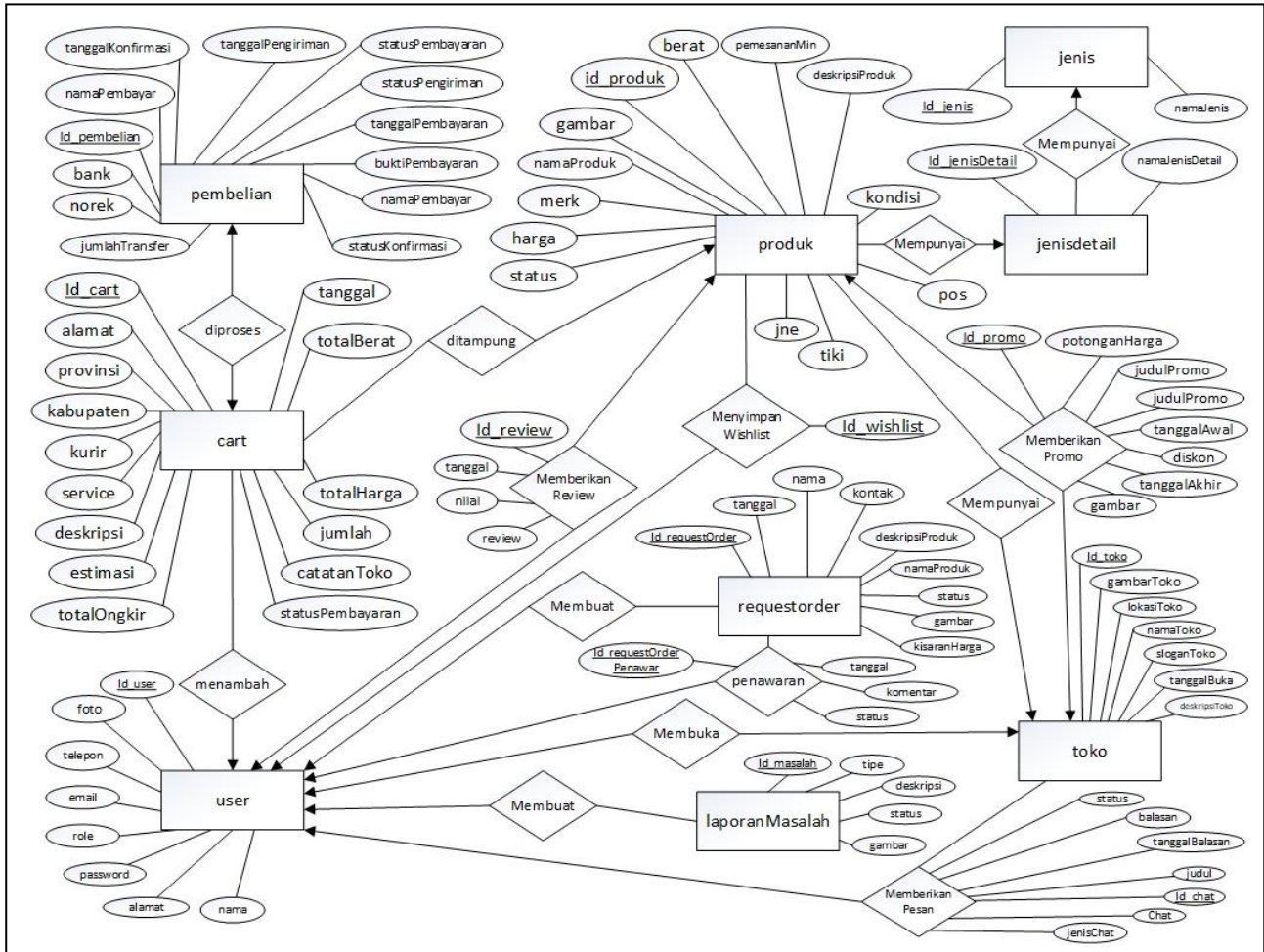
- *Customer Service* 24 jam.
- Pembayaran produk melalui cicilan tanpa kartu kredit, menggunakan Kredivo, kreditplus dan akulakupay.
- Sistem *refund* jika barang tidak terkirim.

Dari beberapa fitur-fitur diatas, akan diambil beberapa fitur untuk dijadikan referensi pengembangan sistem yaitu, promo, perhitungan ongkos kirim otomatis, notifikasi *email* pada setiap pemesanan, penyusunan kategori, *review* produk dan fitur pesan untuk penjual dan pembeli.

E. ERD (Entity Relationship Diagram)

Gambar 3 adalah rancangan *Entity Relationship Diagram* yang digunakan pada sistem yang nantinya dibuat. Untuk pengembangan server mengacu pada teori yang dijelaskan Andi [5], sedangkan secara konseptual mengacu pada teori Sutanta [9]. Terdapat beberapa entitas, diantaranya yaitu *user*, *cart*, pembelian, produk, jenisdetail, jenis, *request order*, laporan masalah dan toko. Berikut adalah penjelasan mengenai ERD per poin.

- *User* dapat membuat laporan masalah dengan relasi *one to many* dikarenakan *user* tersebut dapat membuat banyak laporan masalah.
- *User* dapat membuka toko dengan relasi *one to one* dikarenakan *user* tersebut hanya dapat membuat satu toko saja.
- *User* dengan *role* pembeli dapat memberikan pesan ke toko dengan relasi *one to many* dikarenakan *user* tersebut dapat memberikan banyak pesan ke suatu toko atau toko yang lainnya.
- *User* dapat membuat *request order* dengan relasi *one to many* dikarenakan *user* tersebut dapat membuat banyak *request order*.
- *User* dapat melakukan penawaran terhadap *request order* dengan relasi *one to many* dikarenakan *user* tersebut dapat melakukan banyak penawaran terhadap *list request order* yang terdaftar.
- Toko dapat menambah produk dengan relasi *one to many* dikarenakan toko tersebut dapat menambah banyak produk.
- Toko dapat menerapkan promo terhadap suatu produk dengan relasi *one to one* dikarenakan produk hanya dapat diterapkan satu promo saja sampai periode promo habis.
- *User* dapat menyimpan data produk ke daftar *wishlist* dengan relasi *one to many* dikarenakan *user* dapat menambahkan banyak data produk ke daftar *wishlist*.
- Satu jenis detail mempunyai banyak produk. Jenis detail ini untuk pengkategorian. Contoh: atasan, sepatu dan lain lain.
- Satu jenis mempunyai banyak jenis detail. Jenis ini untuk pengkategorian. Contoh; fashion pria, fashion wanita dan lain-lain.



Gambar 3. Rancangan Diagram Entity Relationship

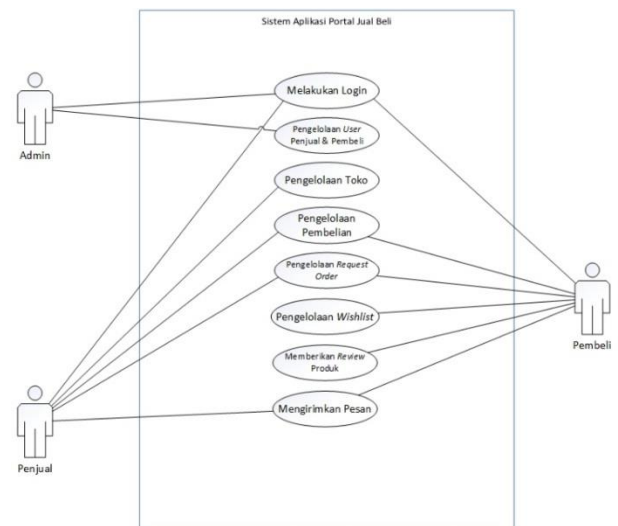
- User dapat memberikan review terhadap produk dengan relasi *one to one* dikarenakan setiap user hanya dapat memberikan satu review ke masing-masing produk.
- User dapat menambah cart dengan relasi *one to many* dikarenakan satu user dapat menambah banyak list cart.
- Produk ditampung oleh cart dengan relasi *one to many* dikarenakan suatu produk dapat disimpan dalam beberapa list cart.
- Cart dapat diproses pada pembelian dengan relasi *one to one* dikarenakan proses pembayaran dilakukan secara satu per satu.

E. Rancangan UML

Berikut ini adalah rancangan use case yang akan dibuat dalam sistem. Penggambaran UML ini mengacu pada teori yang dijelaskan oleh Nugroho [2].

1. Use Case

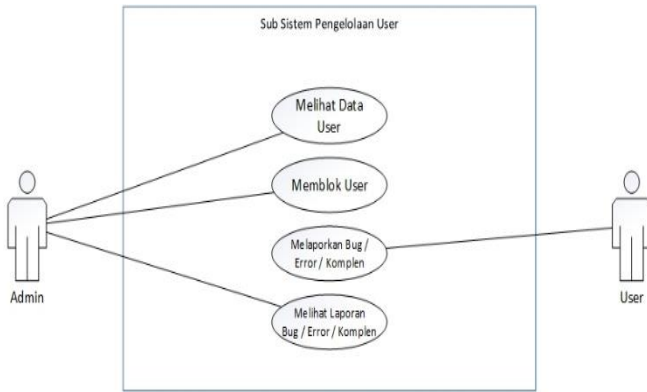
Berikut adalah use case untuk sistem.



Gambar 4. Use Case Sistem

Gambar 4 Merupakan rancangan *use case* dari sistem portal jual beli, ada tiga *role* berbeda dalam sistem ini, yaitu admin, penjual dan pembeli. Beberapa *use case* yang mempunyai sub sistem lagi diantaranya adalah *use case* pengelolaan *user* penjual dan pembeli, pengelolaan toko, pengelolaan pembelian, pengelolaan *request order*, pengelolaan *wishlist*, dan pengelolaan pesan.

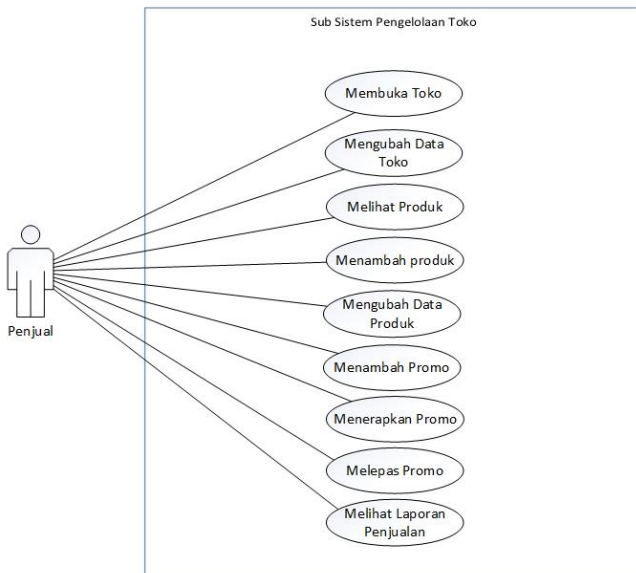
a. Sub Sistem *Use Case* Pengelolaan Penjual dan Pembeli



Gambar 5. Sub Sistem *Use Case* Pengelolaan User

Gambar 5 merupakan sub sistem dari *use case* pengelolaan *user*. Admin mempunyai otoritas penuh untuk memblokir *user* yang bermasalah, misalnya *user* a memberikan ulasan pada produk tertentu dengan kata-kata yang tidak pantas dan *user* b sebagai penjual produk tersebut tidak terima akan hal itu, maka *user* b dapat melakukan pelaporan kepada admin mengenai hal tersebut melalui pelaporan *bug/error/komplen*.

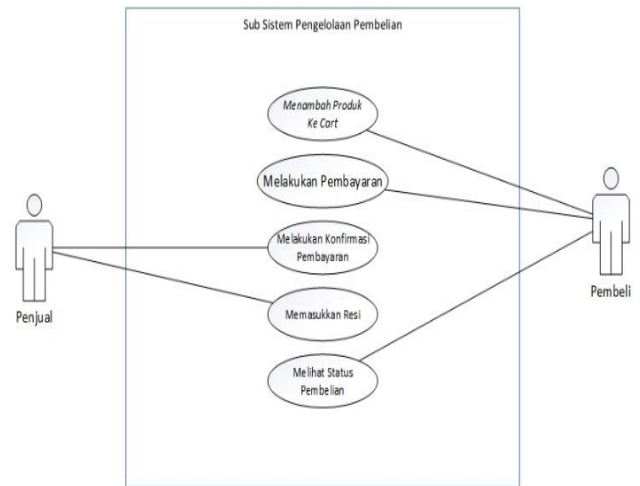
b. Sub Sistem *Use Case* Pengelolaan Toko



Gambar 6. Sub Sistem *Use Case* Pengelolaan Toko

Gambar 6 merupakan sub sistem dari *use case* pengelolaan toko. Dalam *use case* ini penjual dapat mengolah produk, baik melihat, memasukkan data untuk produk baru yang akan dijual, memperbaharui data produk baik stok, nama, jenis, dan lain lain, membuat dan menerapkan promo, mengubah data toko dan melihat laporan keuangan.

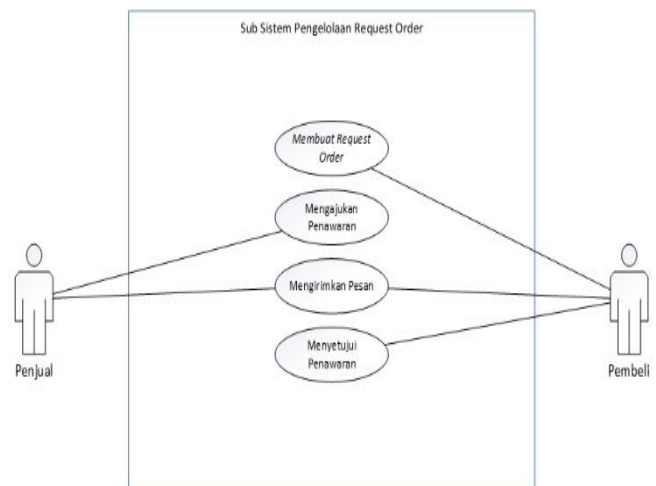
c. Sub Sistem *Use Case* Pengelolaan Pembelian



Gambar 7. Sub Sistem *Use Case* Pengelolaan Pembelian

Gambar 7 merupakan *use case* sub sistem dari *use case* pengelolaan pembelian. Dalam *use case* ini pembeli dapat memasukkan produk ke keranjang belanja dan melakukan pembayaran. Pembeli yang sudah melakukan pembayaran dapat melihat status pembelian, apakah produk yang dibeli itu sudah dikonfirmasi oleh toko dan sudah dikirim apa belum. Pembeli akan mendapatkan pemberitahuan bahwa produk sudah diproses oleh toko melalui *email*.

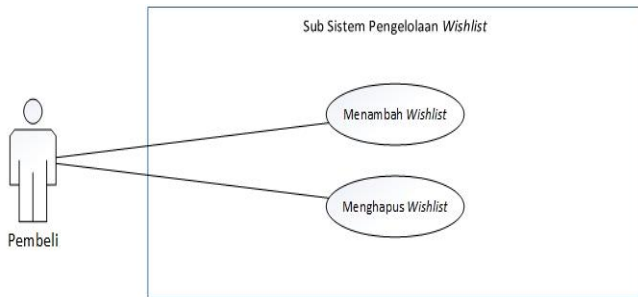
d. Sub Sistem *Use Case* Pengelolaan *Request Order*



Gambar 8. Sub Sistem *Use Case* Pengelolaan *Request Order*

Gambar 8 merupakan *use case* sub sistem dari *use case* pengelolaan *request order*. Dalam *use case* ini pembeli dapat membuat *request order*. *Request order* yang sudah dibuat dapat dilihat oleh seluruh *user* dan seluruh *user* dapat melakukan penawaran terhadap *request* tersebut. Sistem ini menangani proses tawar-menawar yang terjadi dan jika status *request order* sudah *deal* maka *request order* tersebut tidak ada lagi dalam list *request order*.

e. Sub Sistem Use Case Pengelolaan Wishlist

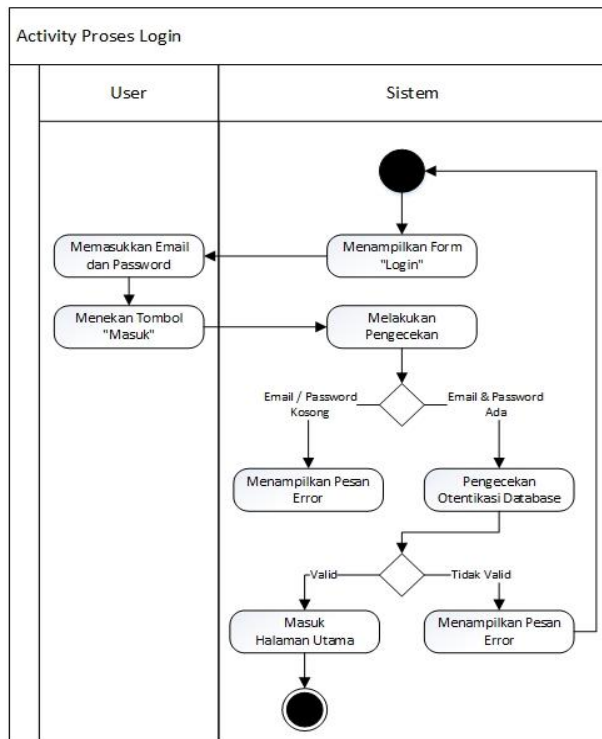


Gambar 9. Sub Sistem Use Case Pengelolaan Wishlist

Gambar 9 merupakan *use case* sub sistem dari *use case* pengelolaan *wishlist*. Dalam *use case* ini pembeli dapat menambah dan menghapus daftar *wishlist* yang mereka punya.

2. Activity Diagram

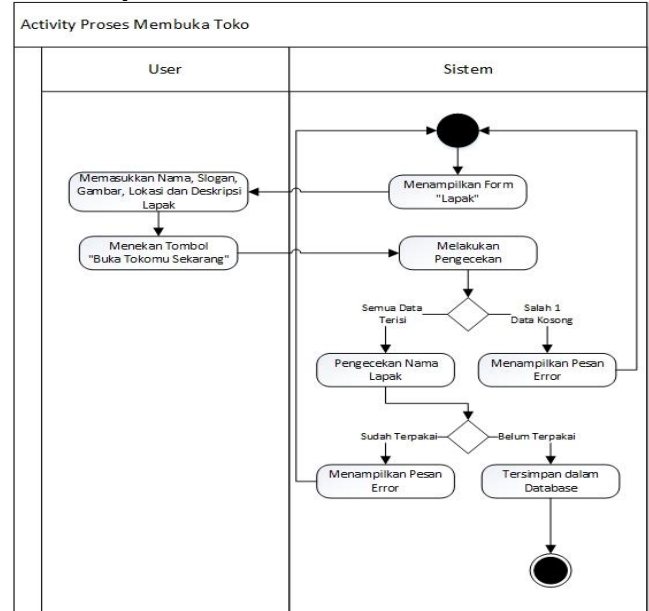
a. Activity Login Untuk User



Gambar 10. Activity Diagram Login

Gambar 10 adalah *Activity Diagram Login*. Pengguna mengisi *email* dan *password*, klik tombol masuk. Pengguna yang belum mempunyai akun dapat mendaftar dengan cara klik tombol *sign up*. Berikut alur untuk membuat akun.

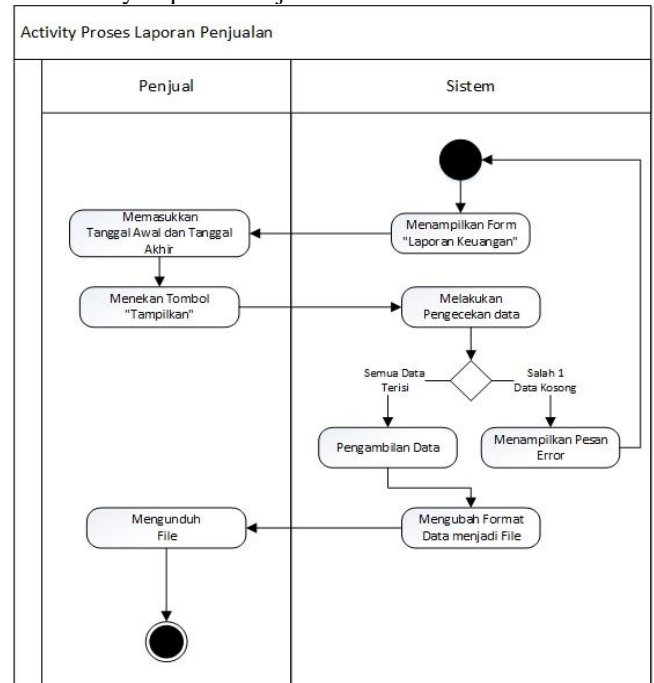
b. Activity Membuka Toko



Gambar 11. Activity Diagram Buka Toko

Gambar 11 adalah *Activity Diagram Buka Toko*. Semua *user* dapat membuka toko dan menjual produk mereka.

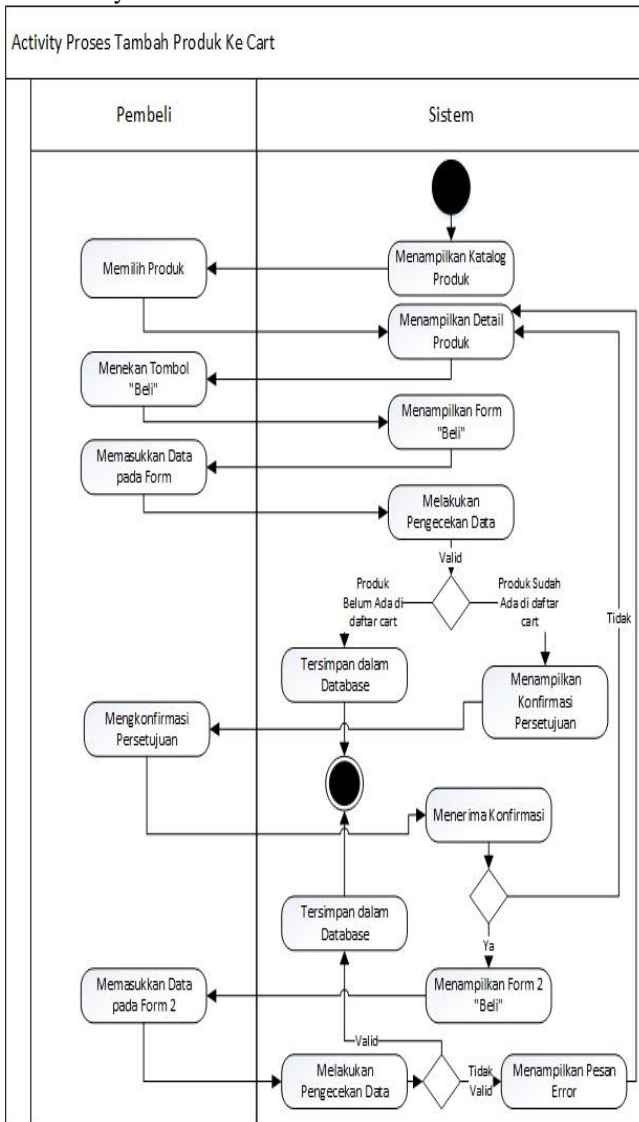
c. Activity Laporan Penjualan



Gambar 12. Activity Diagram Laporan Penjualan

Gambar 12 adalah *Activity Diagram* Laporan Penjualan. Penjual memilih menu “Laporan Penjualan” maka sistem akan menampilkan *form* berupa dua buah tanggal, penjual memasukkan tanggal awal dan tanggal akhir, lalu sistem akan menampilkan laporan keuangan berdasarkan tanggal masukan penjual dengan format *file* PDF.

d. Activity Tambah Produk ke Cart

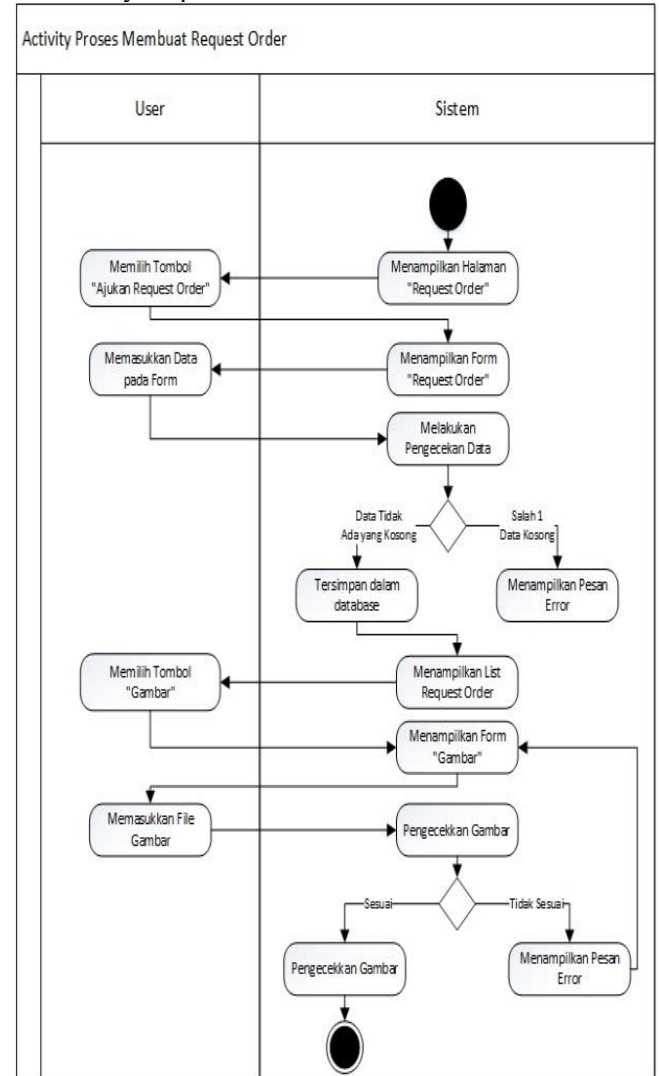


Gambar 13. Activity Diagram Tambah Produk ke Cart

Gambar 13 adalah *Activity Diagram* Tambah Produk ke Cart. Pembeli yang menambahkan produk ke *cart* / daftar keranjang belanja harus mengisi dahulu *form* beli yang datanya berupa jumlah barang, catatan untuk toko, alamat tujuan, provinsi tujuan, kabupaten tujuan, kurir dan tipe servis. Jika data tersebut ada yang belum terisi tapi *user* sudah menekan tombol “beli produk ini” maka sistem akan menampilkan pesan *error*. Ketika *user* menambahkan suatu produk dan produk tersebut ternyata sudah ada dalam daftar

keranjang belanja maka sistem akan menampilkan konfirmasi bahwa apakah produk tersebut ingin tetap ditambahkan ke dalam daftar keranjang belanja, jika konfirmasi itu disetujui oleh *user*, maka sistem akan menampilkan *form*.

e. Activity Request Order

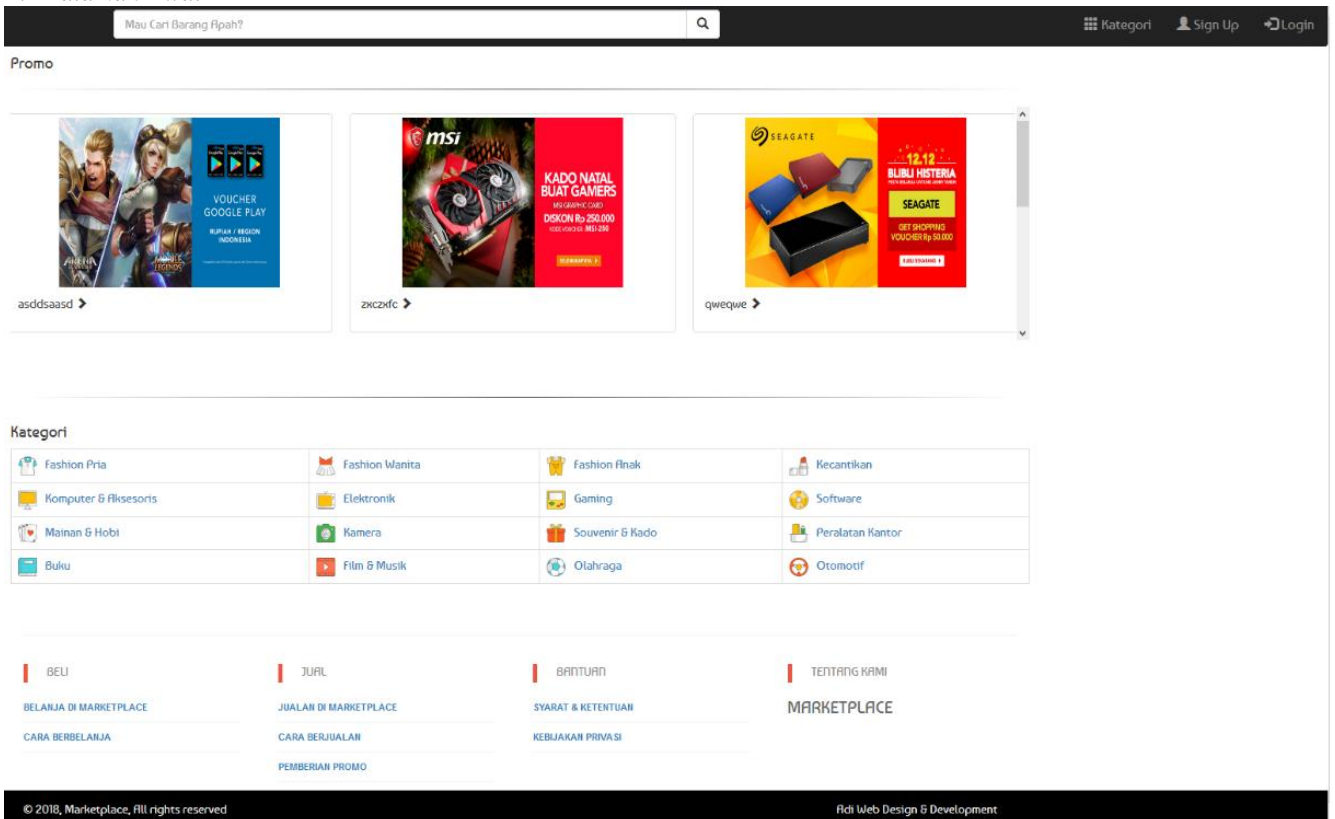


Gambar 14. Activity Diagram Request Order

Gambar 14 adalah *Activity Diagram Request Order*. Pembeli yang ingin melakukan *request order* harus mengisi data pada *form request order* dengan cara, memilih tombol “Ajukan *Request Order*” maka sistem akan menampilkan *form request order*, setelah pembeli melakukan pengisian data pada *form* tersebut maka sistem akan melakukan pengecekan data. Data yang diisi berupa nama, kontak aktif, nama produk, kisaran harga, deskripsi, dan gambar. Jika data sudah sesuai maka sistem akan menyimpan data tersebut dalam *database* dan menampilkan semua *list request order*, semua *user* dapat mengajukan penawaran pada suatu *list*.

IV. IMPLEMENTASI

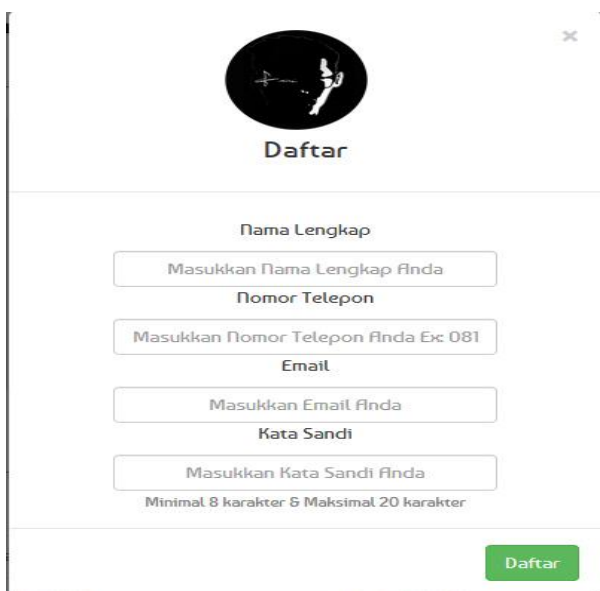
A. Halaman Awal



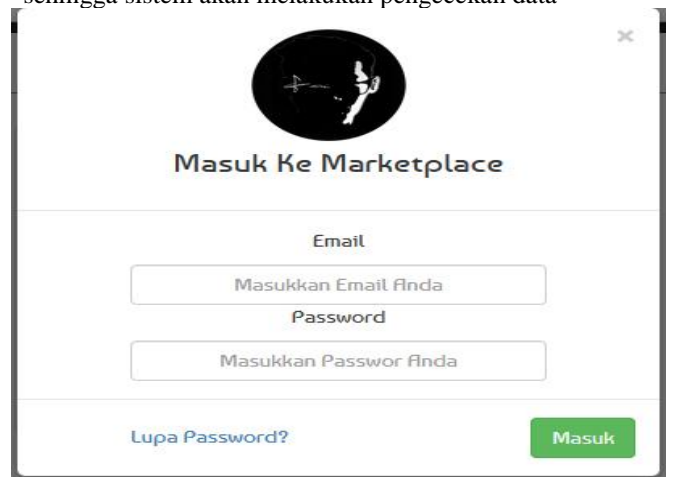
Gambar 15. Halaman Awal

Gambar 15 adalah halaman awal pada saat pengguna mengakses *website*. Terdapat tombol “Sign Up” dan “Login”. Tombol “Sign Up” akan menampilkan *form* registrasi seperti berikut.

Gambar 16 menunjukkan halaman pengguna yang mau mendaftarkan diri harus mengisi *form* registrasi. Setelah pengisian data selesai, pengguna menekan tombol “Daftar” sehingga sistem akan melakukan pengecekan data



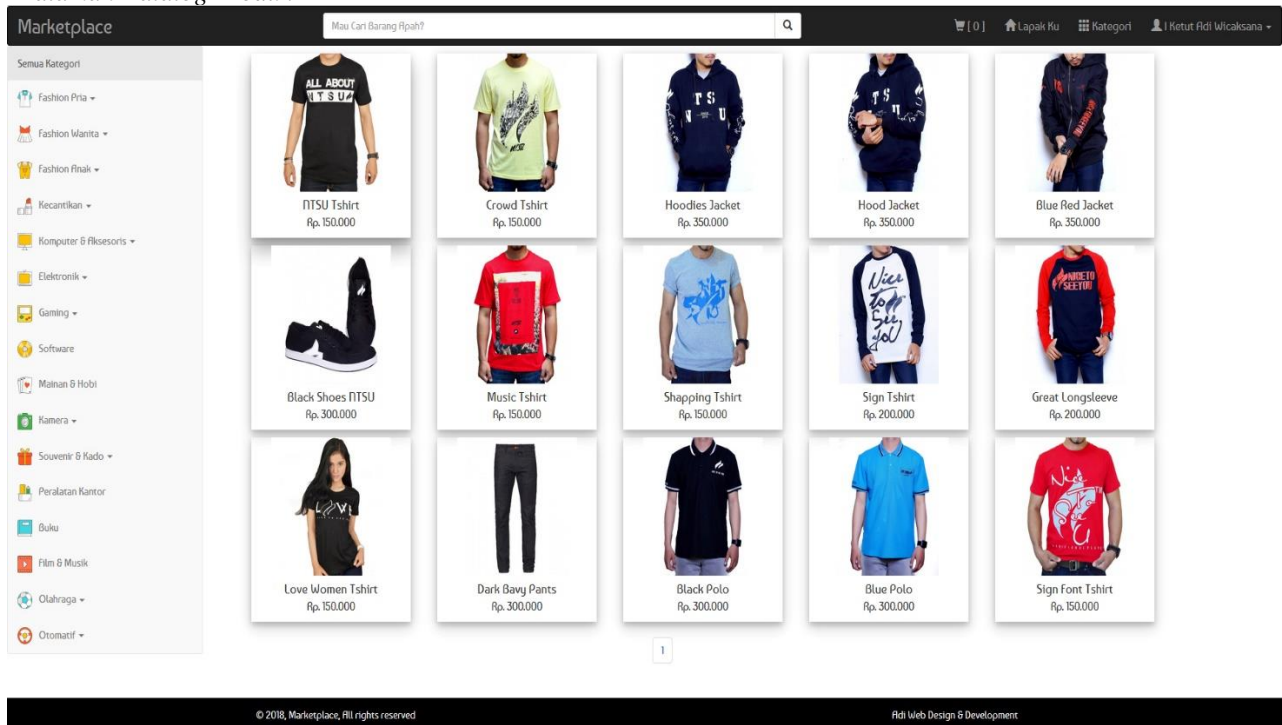
Gambar 16. Halaman Registrasi



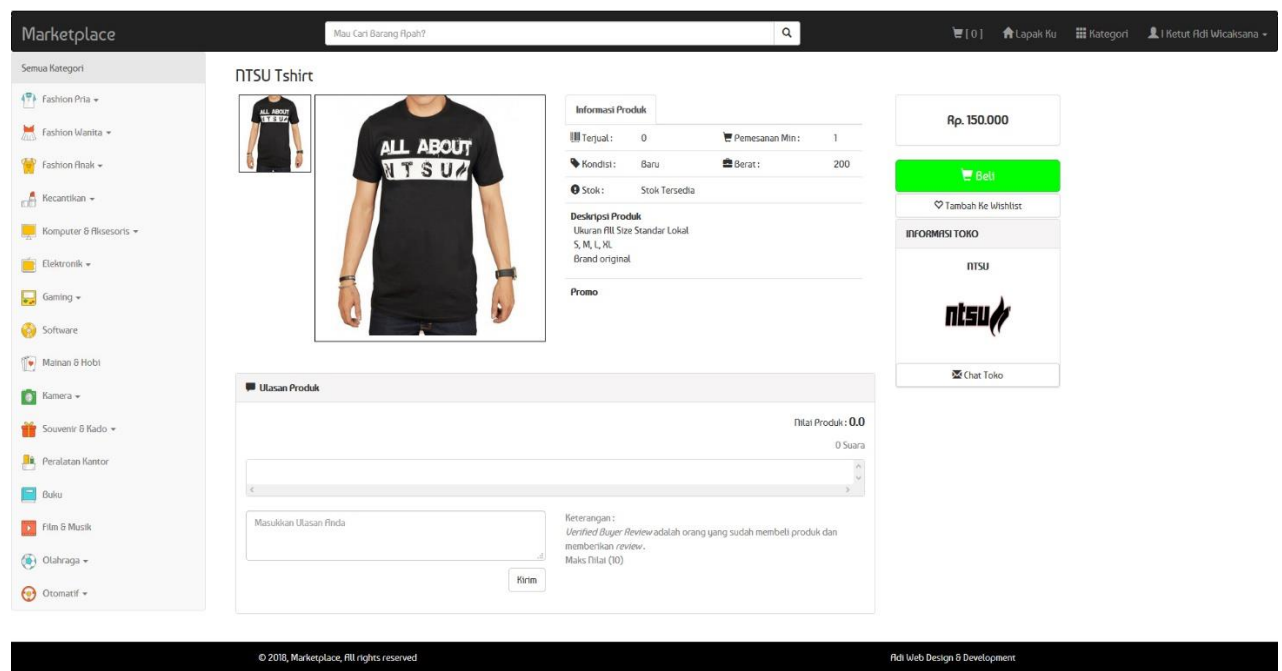
Gambar 17. Halaman Login

Pada gambar 17 di atas, pengguna harus melakukan pengisian data *email* dan *password* lalu menekan tombol “Masuk” untuk melakukan *login*.

B. Halaman Katalog Produk



Gambar 18. Halaman Katalog Produk



Gambar 19. Halaman Detil Produk

Pada gambar 18 di atas, terdapat navigasi *side bar* kategori yang jikalau dipilih maka sistem akan menampilkan jenis produk berdasarkan kategori saja. Pengguna dapat melihat deskripsi produk dengan cara memilih produk mana yang ingin dilihat deskripsinya, tekan gambar produk maka sistem akan menampilkan halaman

detil produk tersebut. Gambar 19 halaman detil produk berfungsi mendeskripsikan produk secara jelas. Terdapat menu “Beli”, “Tambah ke *Wishlist*”, “Chat Toko”, dan “*Review*”. Bagi pengguna yang tidak melakukan *login*, maka menu tersebut tidak akan muncul.

C. Halaman Request Order

Daftar Semua Request Order Ajukan Request Order

Show entries Cari:

No	Tanggal Request	Nama Produk	Nama Pe-request	Kontak	Kisaran Harga	Deskripsi	Menu
1	02-04-2018	Sticker Line	I Ketut Adi Wicaksana	081224164852	Rp. 10.000	WTB sticker line harga per 50 koin 10k pembayaran via transfer BCA yang jual bisa PM line : fame.adi	Ajukan Penawaran
2	02-04-2018	Boneka Line	Pembeli	082214641076	Rp. 250.000	WTB Boneka Line 35cm ORIGINAL masih ada box kondisi baru / bekas 90% Pembayaran Uia transfer BCA yang jual bisa add line = maveth.id	Ajukan Penawaran

Previous 1 Next

Request Order Saya

Show entries Cari:

No	Tanggal Request	Nama Produk	Kontak	Kisaran Harga	Deskripsi	Menu	Penawaran [Total]
1	02-04-2018	Boneka Line	082214641076	Rp. 250.000	WTB Boneka Line 35cm ORIGINAL masih ada box kondisi baru / bekas 90% Pembayaran Via transfer BCA yang jual bisa add line = maveth.id	Gambar 🗑	0 Penawaran

Previous 1 Next

Penawaran Saya

Show entries Cari:

No	Tanggal Pengajuan	Nama Produk	Kontak	Kisaran Harga	Tanggapan
No data available in table					

Gambar 20. Halaman Request Order

Gambar 20 di atas adalah tampilan halaman menu *request order*, halaman ini berisi semua data *request order*. Terdapat 3 tabel, yaitu tabel daftar semua *request order*, tabel *request order* saya dan tabel penawaran saya. Pengguna yang ingin membuat *request order* dapat

menekan tombol “Ajukan *Request Order*”, sistem akan menampilkan halaman sebagai berikut.

Form Request Order

Nama : Pembeli

Kontak Aktif : 082214641076

Nama Produk : Masukkan Nama Produk Yang Di-request

Kisaran Harga : Masukkan Kisaran Harga Produk Yang Di-request

Deskripsi : Masukkan Deskripsi Yang Di-request Secara Detail Baik Tentang Produk, Pengiriman, dan lain-lain

Submit

Harap diisi dengan detail dan jelas

Gambar 21. *Input Request Order*

Gambar 21 di atas adalah halaman *input request order*, semua data harus diisi dengan detail dan jelas, setelah itu tekan tombol “*Submit*” sistem akan melakukan pengecekan data yang dimasukkan dan jika data valid, maka *request order* tersebut akan ada dalam tabel daftar semua *request order* dan tabel *request order* saya. Pada table *request order* saya, pengguna dapat menambahkan gambar dengan cara menekan tombol “*Gambar*” sistem akan menampilkan *form* seperti pada Gambar 22.

Detail Request

Gambar Produk

Browse... No file selected. Upload

Browse... No file selected. Upload

Browse... No file selected. Upload

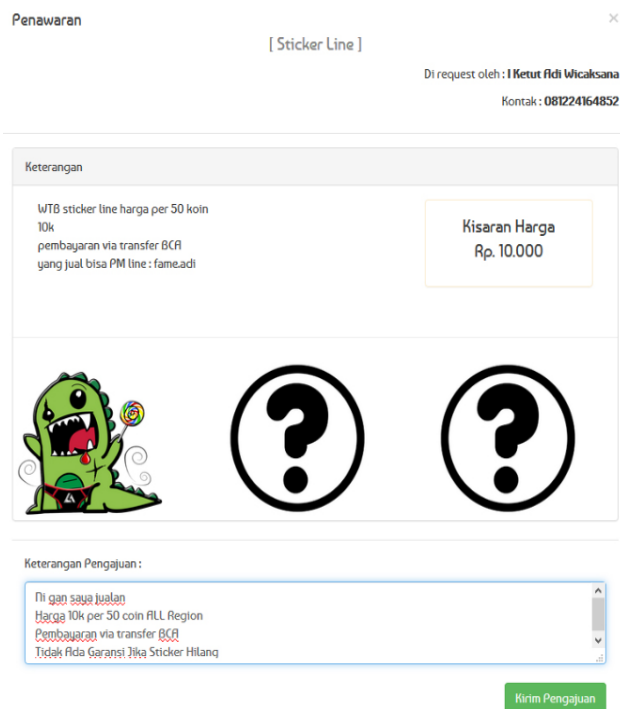
Nama Produk	Kisaran Harga	Deskripsi
Boneka Line	Rp. 250.000	WTB Boneka Line 35cm ORIGINAL masih ada box kondisi baru / bekas 90% Pembayaran Via transfer BCA yang jual bisa add line = mavethida

Close

Gambar 22. Halaman *Detail Request*

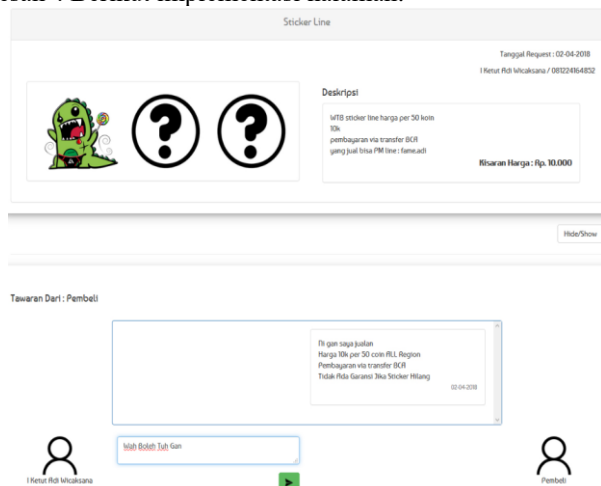
Pengguna dapat menambahkan gambar dengan cara menekan tombol “*Browse*”, pilih gambar lalu tekan “*Upload*”, sistem akan melakukan pengecekan *file* gambar, jika *file* gambar valid, maka gambar akan tersimpan. Pengguna yang ingin mengajukan penawaran terhadap *request order* dapat menekan tombol “*Ajukan Penawaran*”, sistem akan menampilkan *form* penawaran seperti berikut.

Pada halaman *request order* tabel *request order* saya, terdapat tombol “*Penawaran*”, jika penawaran masih 0 maka *request order* tersebut dapat dihapus, tetapi jika penawaran itu ada minimal 1 maka *request order* tersebut tidak dapat dihapus dan jika pengguna menekan tombol “*Penawaran*” tersebut, maka pengguna ditampilkan halaman daftar penawaran. Berikut adalah implementasi halaman daftar penawaran.



Gambar 23. Halaman Daftar Penawaran

Gambar 23 di atas adalah halaman daftar penawaran menampung semua penawaran yang diajukan, terdapat siapa nama pengaju tawarannya, kontak, status, pesan, dan menu. Jika tombol “Deal” ditekan maka *request order* tersebut akan sistem proses dan diubah statusnya menjadi sudah terpenuhi, *request order* yang statusnya sudah terpenuhi tidak akan muncul pada tabel daftar semua *request order*. Pengguna dapat melakukan interaksi melalui menu “Lihat Pesan”. Berikut implementasi halaman.



Gambar 24. Halaman Lihat Pesan *Request Order*

Gambar 24 di atas adalah halaman lihat pesan ini berguna sebagai sarana interaksi untuk mendukung proses tawar-menawar, sebagai orang yang membuat *request order*, untuk memunculkan halaman lihat pesan ini dapat

dilakukan dengan cara menekan tombol “Lihat Pesan” pada halaman daftar penawaran, sebagai orang yang mengajukan penawaran, untuk memunculkan halaman lihat pesan ini dapat dilakukan dengan cara menekan tombol “Lihat Tanggapan” pada halaman *request order* tabel penawaran saya.

V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dari hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa portal transaksi jual beli dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Aplikasi membantu pengolahan data dan stok produk.
2. Aplikasi membantu proses pencatatan data transaksi untuk penjual dan pembeli.
3. Aplikasi memberikan layanan untuk konsumen dalam menangani permintaan barang tidak tersedia.
4. Aplikasi menghasilkan laporan transaksi bagi penjual dan pembeli.

B. Saran

Berikut ini adalah saran untuk pengembangan penelitian ini lebih lanjut sebagai berikut:

1. Aplikasi bisa ditambahkan beberapa fitur untuk membantu proses pembayaran, misal dengan menggunakan jaringan DOKU atau fasilitas perbankan lainnya.
2. Pengembangan aplikasi *mobile* sehingga transaksi dapat dilakukan dimana saja kapan saja
3. Masalah keamanan dalam menangani ancaman *SQL injection* akan dikembangkan untuk kenyamanan transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Mujilan, Analisis dan Perancangan Sistem, Madiun: Mujilan, 2013.
- [2] A. Nugroho, Rekayasa Perangkat Lunak Menggunakan UML dan JAVA, Yogyakarta: Andi, 2009.
- [3] J. L. Gaol, Sistem Informasi Manajemen Pemahaman dan Aplikasi, Jakarta: Grasindo, 2008.
- [4] T. J., Software Quality Engineering, Hoboken: John Wiley & Sons, 2010.
- [5] Wahana Komputer, SQL Server 2008 Express, Semarang: Andi, 2010.
- [6] Soeherman dan Pinontoan, Designing Information Sistem, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2008.
- [7] T. Sutabri, Sistem Informasi Manajemen, Yogyakarta: Andi Offset, 2009.
- [8] D. Hamidin, Model Customer Relationship Management (CRM), Yogyakarta, 2008.
- [9] E. Sutanta, Basis Data dalam Tinjauan Konseptual, Yogyakarta: Andi, 2011.
- [10] D. M. Kroenke, Database Processing Fundamental Edition 12, New Jersey: Pearson Education, 2012.
- [11] J. O'Brien, Management Information System. Ninth Edition, New York: McGraw-Hill/Irwin, 2009.
- [12] A.-B. Ladjamuddin. B, Rekayasa Perangkat Lunak, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.