

Sistem Informasi E-Commerce Berbasis Web Pada Toko Pakaian RB Store Bergas

Figar Sanduarga

Prodi Teknik Informatika Universitas Sains dan Teknologi Komputer
*Email: figar31@gmail.com¹

Alamat: Kampus Jl. Majapahit No. 605 Semarang Jawa Tengah 50192
Korespondensi penulis: figar31@gmail.com

Abstract. Identity is a characteristic that distinguishes the character or innate nature of living things, objects, or humans themselves which are their characteristics. Corporate identity is a sign of identification of a company's identity as a differentiator from other competitors. The design of corporate identity can be said to be successful when the corporate identity is able to represent a company, in the delivery of logos, applications on stationery, merchandise, and on promotional media. CV. Indovita Surya Abadi is a company engaged in tea beverage products. The company is located on the Pecangaan Ring Road – Pulodarat, RT.16/02, Jepara 59462. The company was founded in 2006. Mrs. Nining Fitriani, M.Pd, M.Kom is the successor of the company to start a business with 35 employees to produce tea drinks. There is a problem in the company's identity which is too simple, resulting in not profitable in carrying out promotional activities carried out by CV. Indovita Surya Abadi in Jepara. To avoid existing problems, it is necessary to design a Corporate Identity so that it has a differentiating identity from other competitors. With the existence of Corporate identity including Logo, Marcandhise, Brochures, Stickers, it is hoped that the company will have an identity within the company, and hopefully it will exist and continue to grow and be able to survive in competition with other competitors.

Keywords: Logo, Promotion, Corporate identity, CV Indovita Surya Abadi Identity

Abstrak. Identitas adalah suatu ciri yang membedakan karakter atau sifat bawaan dari makhluk hidup, benda, atau manusia itu sendiri yang menjadi ciri khasnya. Corporate identity merupakan tanda pengenal suatu identitas dari sebuah perusahaan sebagai pembeda dari kompetitor lainnya. Perancangan corporate identity dapat dikatakan berhasil saat corporate identity tersebut mampu mewakili sebuah perusahaan tersebut, dalam penyampaian berupa logo, aplikasi pada stationery, merchandise, dan pada media promosi. CV. Indovita Surya Abadi adalah perusahaan bergerak dibidang produk minuman Teh. Perusahaan berada dijalan Lingkar Pecangaan Pulodarat, RT.16/02, Jepara 59462. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2006. Ibu Nining Fitriani, M.Pd, M.Kom penerus perusahaan merintis usaha dengan memiliki 35 karyawan untuk memproduksi minuman Teh. Terjadi adanya permasalahan dalam identitas perusahaan yang terlalu sederhana, mengakibatkan tidak menguntungkan dalam melakukan kegiatan promosi yang dilakukan CV. Indovita Surya Abadi di Jepara. Untuk menghindari permasalahan yang ada perlu adanya perancangan Corporate Identity agar memiliki identitas pembeda dengan kompetitor lainnya. Dengan adanya Corporate identity meliputi Logo, Marcandhise, Brosur, Stiker diharapkan semoga perusahaan mempunyai identitas dalam perusahaan, dan semoga lebih eksis dan terus berkembang dan dapat bertahan dalam persaingan dengan kompotitor lainnya.

Kata kunci: logo, promosi, corporate identity, cv indovita surya abadi.

1. PENDAHULUAN

Internet telah menjadi media informasi yang efektif dan efisien dalam mendukung berbagai aktivitas, termasuk perdagangan online. Pemanfaatan *e-commerce* memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan visibilitas produk, dan memberikan kemudahan akses bagi pelanggan tanpa batasan ruang dan waktu. Dalam konteks persaingan bisnis modern, pemanfaatan teknologi informasi menjadi faktor krusial bagi pelaku usaha, termasuk usaha ritel pakaian.

RB Store Bergas merupakan toko pakaian lokal yang memiliki potensi besar untuk berkembang, namun saat ini masih menghadapi beberapa kendala dalam pengelolaan penjualan. Sistem penjualan yang masih konvensional menyebabkan keterbatasan jangkauan pasar, informasi produk yang belum tersampaikan secara optimal, serta kurangnya kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan transaksi. Kondisi ini berdampak pada rendahnya efisiensi operasional dan peluang penjualan.

Di sisi lain, pelanggan membutuhkan kemudahan dalam memperoleh informasi terkait jenis produk, ketersediaan stok, deskripsi produk, dan harga secara cepat tanpa harus datang langsung ke toko. Tanpa dukungan sistem berbasis web, proses transaksi menjadi kurang efektif dan berpotensi menurunkan minat beli pelanggan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan sebuah sistem informasi *e-commerce* berbasis web yang mampu menyediakan layanan penjualan online, menampilkan informasi produk secara lengkap dan *real-time*, serta mendukung proses transaksi yang lebih efisien. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun Sistem Informasi E-Commerce Berbasis Web pada Toko Pakaian RB Store Bergas guna meningkatkan jangkauan pasar, efisiensi pengelolaan penjualan, serta kualitas layanan kepada pelanggan.

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN TEORI

2.1. Teori Sistem

Teori sistem menekankan bahwa suatu sistem harus dilihat secara menyeluruh (holistik), bukan hanya dari satu bagian saja. Dalam banyak kasus, kesalahan dalam analisis terjadi karena peneliti hanya memusatkan perhatian pada satu komponen, sementara komponen lain yang juga berpengaruh justru diabaikan. Dengan memahami sistem sebagai satu kesatuan yang terdiri dari komponen, elemen, atau

subsistem yang saling terhubung, maka analisis, perencanaan, hingga implementasi sistem dapat dilakukan secara lebih efektif.

2.2. Sistem dan Sistem Informasi

Sistem dapat dipahami sebagai sekumpulan elemen atau komponen yang saling berhubungan dan berinteraksi untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks organisasi, sistem tidak hanya sekedar kumpulan elemen, tetapi merupakan jaringan kerja prosedur yang saling terintegrasi dan berfungsi untuk mendukung jalannya aktivitas organisasi.

Sistem informasi merupakan kombinasi antara manusia, prosedur, data, serta teknologi yang bekerja secara terstruktur untuk menghasilkan informasi yang bernilai bagi pengambilan keputusan. Sistem informasi berfungsi dalam pengelolaan transaksi, mendukung operasional, kegiatan manajerial, hingga strategi organisasi (Hutahaean, 2018). Informasi yang dihasilkan tidak hanya membantu aktivitas internal organisasi, namun juga dapat disajikan kepada pihak eksternal sesuai kebutuhan. Dengan demikian, sistem informasi berperan penting dalam meningkatkan efektivitas, efisiensi, serta daya saing organisasi di era digital (Rasefta & Esabella, 2020).

2.3. Konsep Penjualan

Penjualan merupakan aktivitas yang dilakukan untuk memasarkan serta memindahkan hak kepemilikan barang atau jasa dari penjual kepada pembeli dengan tujuan memperoleh keuntungan (Ferdika & Kuswara, 2017). Penjualan tidak hanya sebatas proses transaksi, tetapi juga mengandung unsur strategi pemasaran serta kemampuan mempengaruhi konsumen. Menurut Basu Swasta dalam Anthony, Tanaamah, dan Wijaya (2017), penjualan merupakan ilmu dan seni mempengaruhi konsumen agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.

Dalam praktiknya, penjualan memiliki beberapa bentuk, antara lain penjualan tunai, penjualan kredit, penjualan tender, penjualan ekspor, penjualan konsinyasi, serta penjualan grosir. Setiap jenis penjualan memiliki karakteristik mekanisme transaksi, risiko, serta pengelolaan yang berbeda. Di era digital, konsep penjualan semakin berkembang dengan hadirnya sistem penjualan berbasis teknologi informasi yang memungkinkan proses penjualan dilakukan secara lebih cepat, fleksibel, dan menjangkau pasar lebih luas.

2.4. Toko Online (*E-Commerce*)

Toko online atau *e-commerce* merupakan bentuk modern dari sistem penjualan yang memungkinkan proses transaksi dilakukan secara daring melalui jaringan internet. Tidak seperti toko konvensional yang memerlukan bentuk fisik dan interaksi langsung antara penjual dan pembeli, toko online hanya membutuhkan platform digital berupa website atau aplikasi.

Dalam toko online, informasi terkait produk seperti gambar, deskripsi, harga, stok, hingga mekanisme pembelian disajikan secara lengkap untuk memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi. Keunggulan toko online antara lain fleksibilitas waktu, jangkauan pasar global, serta proses transaksi yang lebih mudah. Oleh karena itu, toko online menjadi solusi efektif dalam meningkatkan daya saing usaha dan memperluas akses pelanggan.

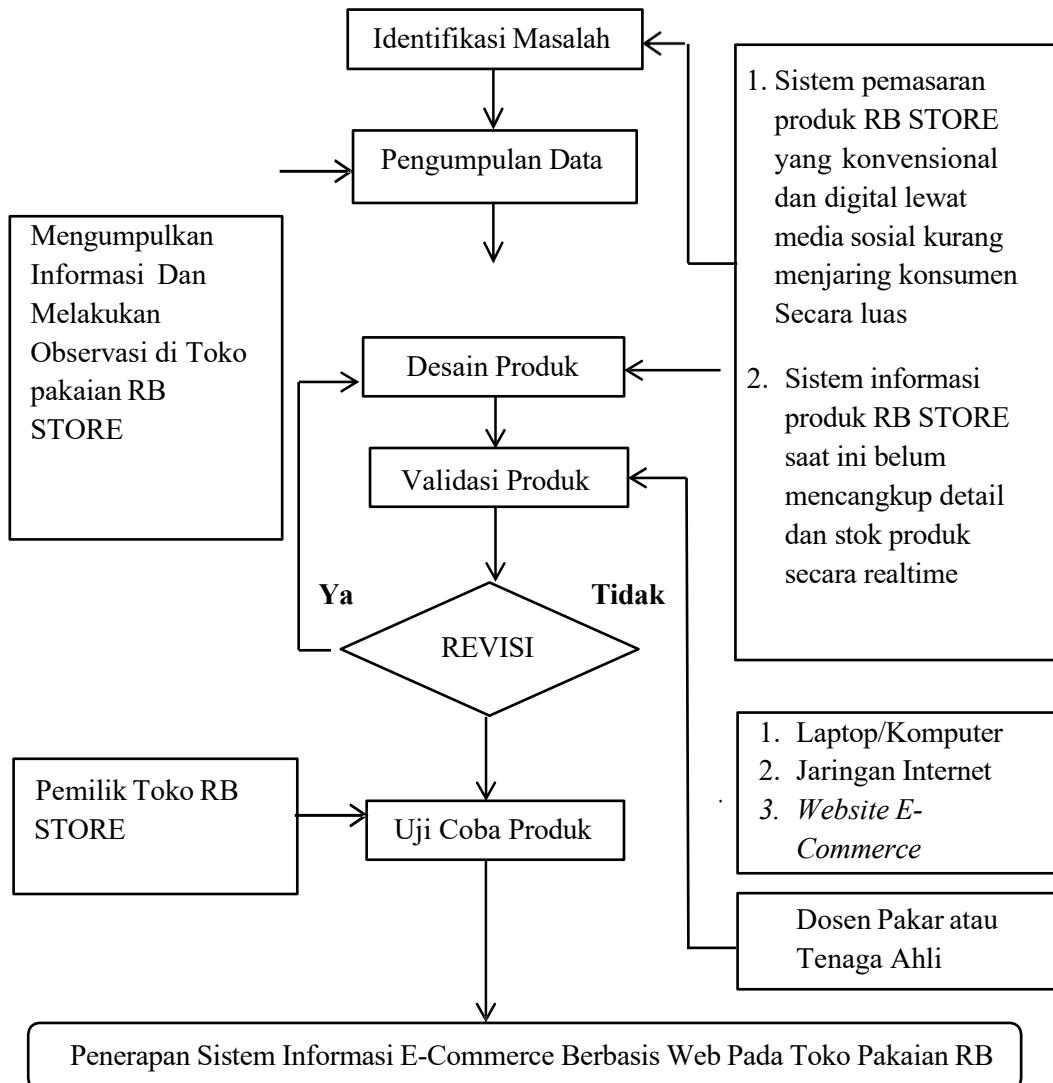
2.5. Website

Website merupakan kumpulan halaman yang saling terhubung dalam satu domain dan dapat diakses melalui internet. Website menjadi salah satu media utama dalam penyediaan informasi digital yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja selama pengguna terhubung ke jaringan internet (Romadhon, Yudhistira, & Mukrodin, 2021).

Secara teknis, website terdiri dari halaman-halaman (*web page*) yang tersusun secara hierarkis dan terhubung melalui hyperlink. Halaman utama atau homepage bertindak sebagai pintu masuk pengguna untuk mengakses informasi lain yang ada dalam website. Dalam konteks *e-commerce*, website tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana transaksi, komunikasi, serta manajemen data penjualan.

2.6. Kerangka Berpikir

Dalam perancangan sebuah sistem tentu diperlukan susunan rancangan agar sistem dapat berjalan dengan efektif dan efisien sesuai dengan yang diharapkan. Kerangka berpikir merupakan langkah awal dengan membuat data flowchart berdasarkan riset. Susunan flowchart ini disusun dari awal hingga akhir pembuatan yang terdiri dari potensi dan masalah, identifikasi masalah, pengumpulan data, desain produk, validasi desain, uji coba produk. Berikut adalah kerangka berpikir yang penulis buat dalam bentuk flowchart berdasarkan dengan permasalahan yang diangkat.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Alur atau Skema

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian dan pengembangan (*Research and Development*). Metode penelitian dan pengembangan atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan *Research and Development* adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu, dan menguji keefektifan produk tersebut (Sugiyanto dkk., 2016). R & D (*Research and Development*) adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu, dan menguji keefektifan produk

tertentu. Untuk menghasilkan produk tertentu digunakan penelitian yang bersifat analisis kebutuhan yang menguji keefektifan produk tersebut supaya dapat berfungsi di masyarakat luas, maka diperlukan penelitian untuk menguji produk tersebut. Digunakannya metode penelitian dan pengembangan dalam penelitian ini adalah untuk mengembangkan suatu produk yang teruji kelayakannya dalam membantu siswa memahami materi pembelajaran. Produk yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah Sistem Informasi *E-Commerce* Berbasis toko pakaian RB Bergas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

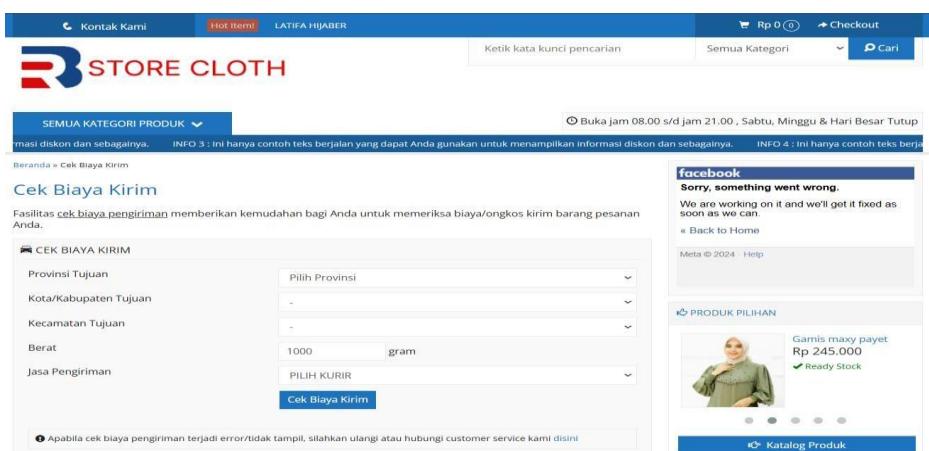
4.1. Hasil

Halaman Utama

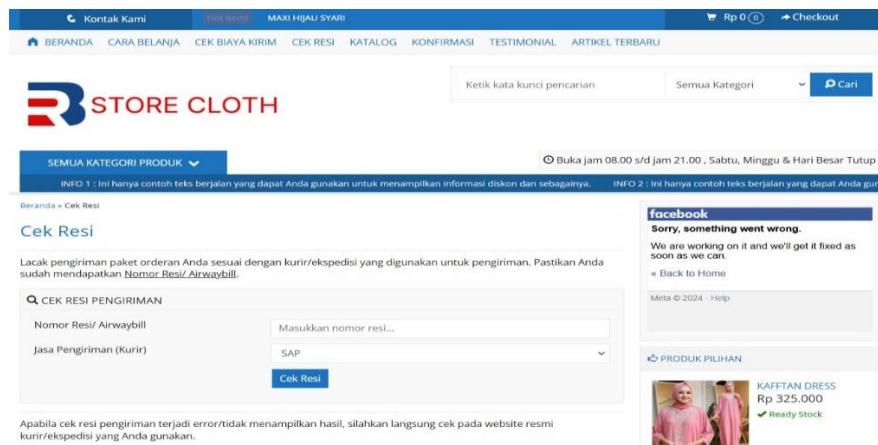
Halaman utama atau *home page* adalah halaman yang menampilkan desain toko atau ciri khas dari toko dan berbagai macam produk.



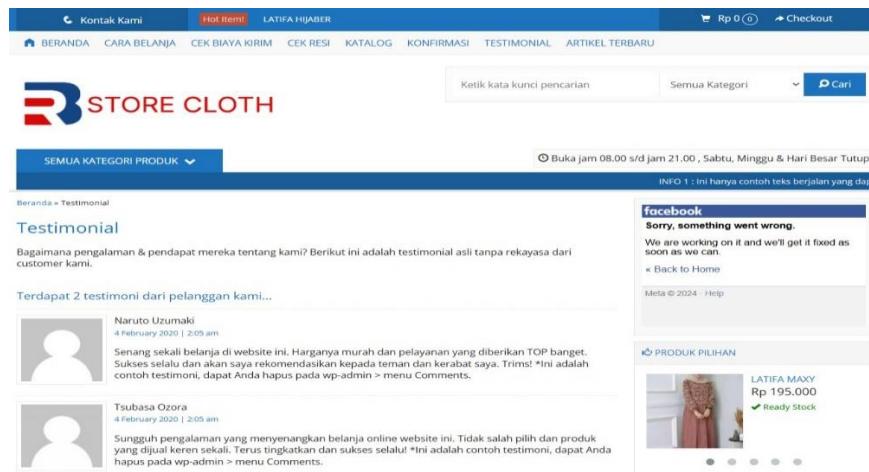
Gambar 2. Halaman Utama



Gambar 4. Halaman Cek Biaya Pengiriman



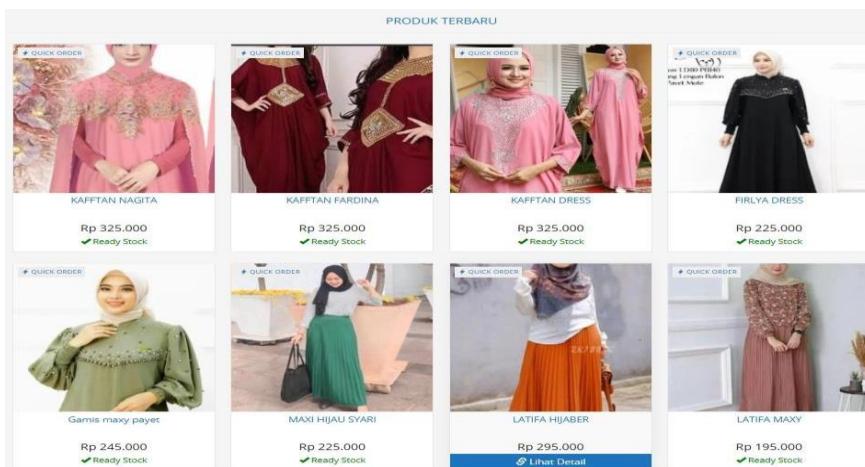
Gambar 5. Halaman Tracking Pengiriman



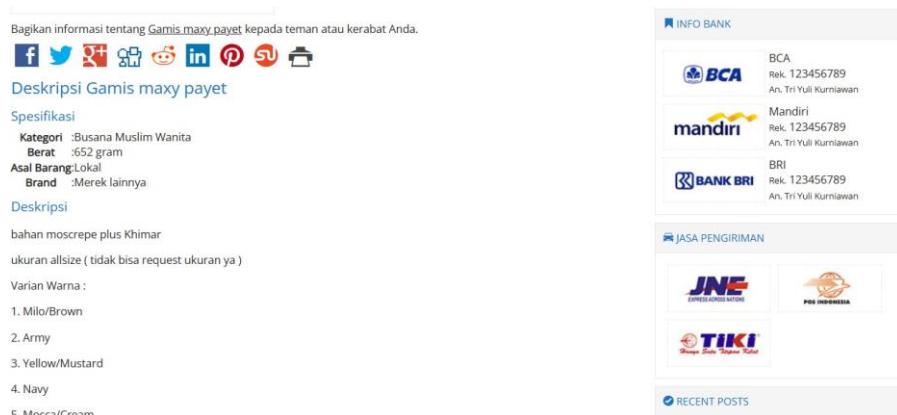
Gambar 6. Halaman Testimoni Pelanggan

Halaman Produk

Halaman produk adalah halaman yang menampilkan produk- produk yang dijual toko. Pembeli dapat melakukan pencarian menggunakan filter sesuai keinginan seperti Kategori 1, Kategori 2, Kategori 3.



Gambar 7. Halaman Produk



Gambar 8. Halaman informasi produk

Halaman Pemesanan

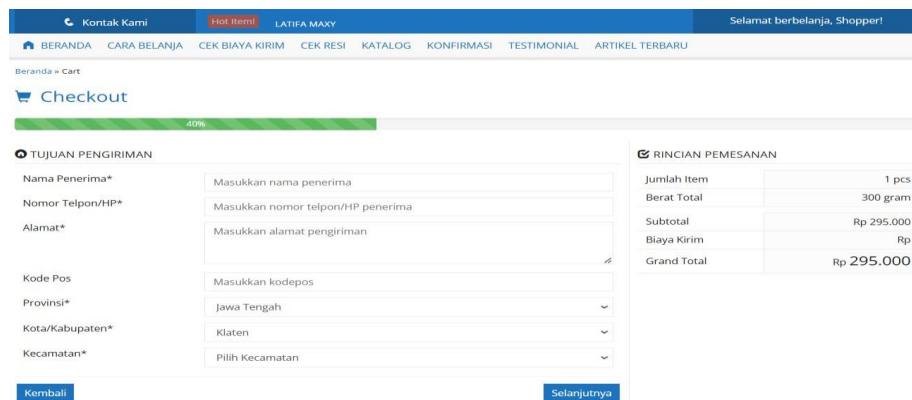
Halaman keranjang (*cart*) adalah halaman yang menampilkan produk yang dipesan oleh pembeli.



Gambar 9. Halaman Keranjang Belanja



Gambar 9. Halaman Checkout 1

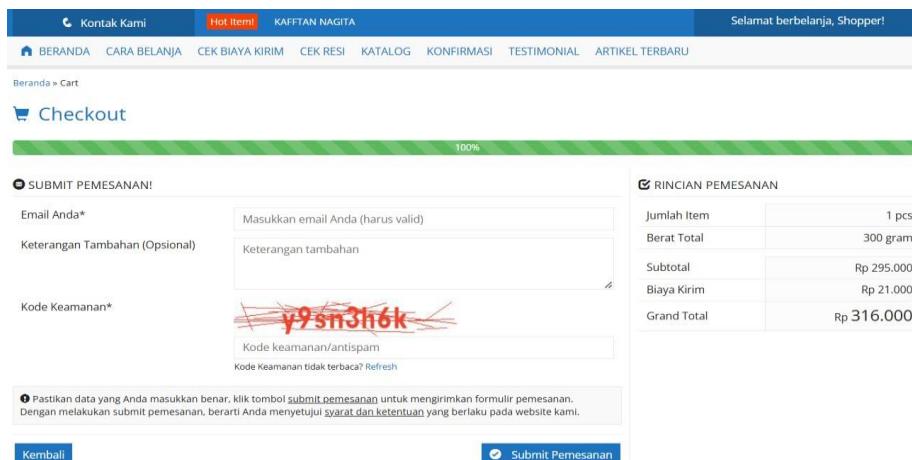


The screenshot shows the second page of a two-page checkout process. At the top, there are navigation links for 'Kontak Kami', 'Hot Item!', 'LATIFA MAXY', 'BERANDA', 'CARA BELANJA', 'CEK BIAZA KIRIM', 'CEK RESI', 'KATALOG', 'KONFIRMASI', 'TESTIMONIAL', and 'ARTIKEL TERBARU'. A message 'Selamat berbelanja, Shopper!' is displayed. Below this, the breadcrumb 'Beranda > Cart' and the title 'Checkout' are shown. A progress bar indicates the process is at 40%. The left side contains a form for delivery information, including fields for 'Nama Penerima*', 'Nomor Telp/HP*', 'Alamat*', 'Kode Pos', 'Provinsi*', 'Kota/Kabupaten*', and 'Kecamatan*'. The right side shows a summary table for the order:

RINCIAN PEMESANAN	
Jumlah Item	1 pcs
Berat Total	300 gram
Subtotal	Rp 295.000
Biaya Kirim	Rp
Grand Total	Rp 295.000

Buttons for 'Kembali' and 'Selanjutnya' are at the bottom.

Gambar 10. Halaman Checkout 2

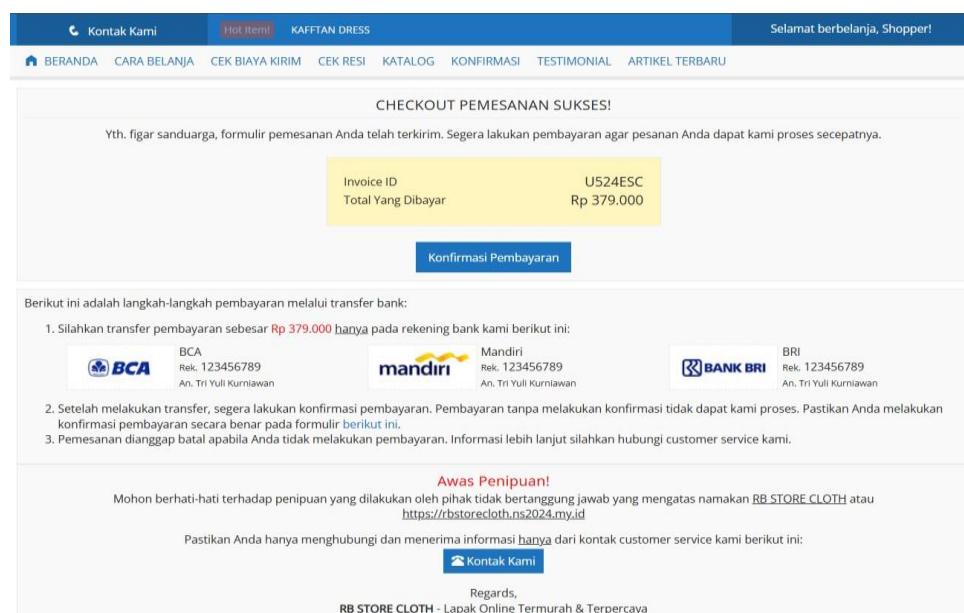


The screenshot shows the second page of a two-page checkout process. At the top, there are navigation links for 'Kontak Kami', 'Hot Item!', 'KAFTAN NAGITA', 'BERANDA', 'CARA BELANJA', 'CEK BIAZA KIRIM', 'CEK RESI', 'KATALOG', 'KONFIRMASI', 'TESTIMONIAL', and 'ARTIKEL TERBARU'. A message 'Selamat berbelanja, Shopper!' is displayed. Below this, the breadcrumb 'Beranda > Cart' and the title 'Checkout' are shown. A progress bar indicates the process is at 100%. The left side contains a form for payment submission, including fields for 'Email Anda*' (with placeholder 'Masukkan email Anda (harus valid)'), 'Keterangan Tambahan (Opsional)' (with placeholder 'Keterangan tambahan'), and 'Kode Keamanan*' (with placeholder 'y9sn3h6k' and a note 'Kode keamanan/antisipam'). The right side shows a summary table for the order:

RINCIAN PEMESANAN	
Jumlah Item	1 pcs
Berat Total	300 gram
Subtotal	Rp 295.000
Biaya Kirim	Rp 21.000
Grand Total	Rp 316.000

Buttons for 'Kembali' and 'Submit Pemesanan' are at the bottom.

Gambar 10. Halaman Checkout (Pembayaran)



The screenshot shows the confirmation page of a two-page checkout process. At the top, there are navigation links for 'Kontak Kami', 'Hot Item!', 'KAFTAN DRESS', 'BERANDA', 'CARA BELANJA', 'CEK BIAZA KIRIM', 'CEK RESI', 'KATALOG', 'KONFIRMASI', 'TESTIMONIAL', and 'ARTIKEL TERBARU'. A message 'Selamat berbelanja, Shopper!' is displayed. The title 'CHECKOUT PEMESANAN SUKSES!' is shown. The message 'Yth. figar sanduarga, formulir pemesanan Anda telah terkirim. Segera lakukan pembayaran agar pesanan Anda dapat kami proses secepatnya.' is displayed. A summary table shows the following details:

Invoice ID	U524ESC
Total Yang Dibayar	Rp 379.000

A 'Konfirmasi Pembayaran' button is present. Below this, instructions for bank transfer are provided:

- Silahkan transfer pembayaran sebesar **Rp 379.000** hanya pada rekening bank kami berikut ini:

BCA Rek. 123456789 An. Tri Yuli Kurniawan	mandiri Mandiri Rek. 123456789 An. Tri Yuli Kurniawan	BANK BRI BRI Rek. 123456789 An. Tri Yuli Kurniawan
--	---	--

- Setelah melakukan transfer, segera lakukan konfirmasi pembayaran. Pembayaran tanpa melakukan konfirmasi tidak dapat kami proses. Pastikan Anda melakukan konfirmasi pembayaran secara benar pada formulir [berikut ini](#).
- Pemesanan dianggap batal apabila Anda tidak melakukan pembayaran. Informasi lebih lanjut silahkan hubungi customer service kami.

Awas Penipuan!
Mohon berhati-hati terhadap penipuan yang dilakukan oleh pihak tidak bertanggung jawab yang mengatas namakan **BB STORE CLOTH** atau <https://rbstorecloth.nis2024.my.id>

Pastikan Anda hanya menghubungi dan menerima informasi hanya dari kontak customer service kami berikut ini:

[Kontak Kami](#)

Regards,
RB STORE CLOTH - Lapak Online Termurah & Terpercaya

Gambar 11. Halaman Konfirmasi Pembayaran

4.2. Pembahasan

Analisis sistem yang tengah berjalan pada Toko RB STORE Bergas melibatkan pemahaman mendalam terhadap cara toko ini mengelola bisnisnya. Saat ini, Toko RB STORE Bergas mengalami beberapa kendala operasional terkait pemesanan barang, manajemen stok, dan interaksi dengan pelanggan. Oleh karena itu, perlu dianalisis bagaimana proses pemesanan berlangsung, bagaimana stok barang dikelola, dan bagaimana pelanggan berinteraksi dengan toko, baik secara langsung maupun melalui platform online.

Dari permasalahan tersebut, peneliti ingin mengembangkan Toko RB STORE Bergas dengan mendigitalisasi sistem yang ada saat ini yang dapat dioperasionalkan secara fleksibel agar memudahkan transaksi jual-beli, efisiensi waktu, memperluas jaringan usaha dan meningkatkan peluang pasar lebih luas.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan proses perancangan *corporate identity* pad CV. Indovita Surya Abadi, kita paham dan telah mempelajari bagaimana merancang indentitas visual dalam sebuah perusahaan yang memiliki ke unikan tersendiri. Perancangan logo baru pada CV. Indovita Surya Abadi merupakan logo yang alami dan segar serta mencerminkan visi dan misi perusahaan, diperlukan *corporate identity* yang konsisten dan identitas inilah yang akan dikenal konsumen, memperkuat image perusahaan dan sebagai pembeda dari kompetitor lainnya.

5.2. Saran

Berdasarkan simpulan dan keterbatasan produk yang telah dihasilkan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Analisis Keamanan: Pastikan keamanan sistem penjualan berbasis
- b. Website karena transaksi online melibatkan informasi sensitif pengguna.
- c. Pengoptimalan Pengalaman Pengguna: Fokus pada antarmuka yang ramah pengguna, navigasi yang intuitif, dan pengalaman berbelanja yang menyenangkan.
- d. Strategi Pemasaran Online: Buat strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan visibilitas toko online dan menarik pelanggan potensial.

- e. Pemeliharaan dan Pembaruan: Perhatikan pemeliharaan rutin dan pembaruan sistem penjualan berbasis website sesuai kebutuhan pelanggan dan mengikuti tren pasar.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Hutahaean, Jeperson. 2018. Konsep Sistem Informasi. Deepublish : Yogyakarta.
- [2] Rasefta Reza Sangga, Shinta Esabella (2020) SISTEM INFORMASI AKADEMIK SMK NEGERI 3 SUMBAWA BESAR BERBASIS WEB: Informatika Universitas Teknologi Sumbawa.
- [3] Ferdika Mikhael, Heri Kuswara (2017) Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web PadaPTEra Makmur Cahaya Damai Bekasi Sistem Informasi;STMIK Nusa Mandiri Jakarta.
- [4] Anthony, A., Tanaamah, A. R. And Wijaya, A. F. (2017) ‘Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berdasarkan Stok Gudang Berbasis Client Server (Studi Kasus Toko Grosir“Restu Anda”)’, Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer.
- [5] Romadhon M Hamdan, Yusuf Yudhistira, Mukrodin (2021) Sistem InformasiRental Mobil Berbsasis Android Dan WebsiteMenggunakan Framework Codeigniter3Studi Kasus :CV Kopja Mandiri Sistem Informasi, UniversitasPeradaban.
- [6] Sugiyono. (2016). Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.