

Perancangan sistem informasi penjualan *gift box* atau *hampers* berbasis *website*

Rian Andrian¹, Davie Muhamad Nida Ulfalah², Hilalia Nur Agustin³, Muhammad Dwiki⁴, Siti APizatul Fitriyaty⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia.

¹rianandrian@upi.edu, ²davi.mnu@upi.edu, ³hilalia03@upi.edu, ⁴mdwiki@upi.edu, ⁵sitifitriyaty@upi.edu

Info Artikel

Article history:

Received May 12, 2022

Revised Aug 03, 2022

Accepted Aug 08, 2022

Kata Kunci:

E-Commerce

Hampers/gift box

Sistem informasi

ABSTRAK

Perkembangan teknologi membuat perubahan khususnya dunia bisnis yang memanfaatkan media internet sebagai pemasaran produk yang lebih dikenal dengan *e-commerce*. Penerapan *e-commerce* pada bisnis memiliki peluang besar salah satunya dalam penjualan produk secara *online*. Penjualan produk *hampers* atau *gift box* biasanya dilakukan dengan mengunjungi toko yang menjual barang dan mencari produk yang cocok, dengan hal tersebut konsumen membutuhkan waktu dan tenaga yang cukup banyak. Dari hal tersebut perlu adanya suatu sistem informasi yang menyediakan berbagai produk *hampers* yang menawarkan produk atau barang secara *online* kepada konsumen nantinya dengan lebih mudah tanpa perlu datang ke *store* atau tanpa perlu bertatap muka dengan penggunaan internet dapat diakses dimana saja kapan saja. Metode penelitian yang digunakan yaitu *design thinking*, yang dimana pendekatan berbasis solusi untuk memecahkan permasalahan yang terjadi. Hasil dari penilaian metode *usability testing* ini akan berguna untuk kelangsungan dan pengembangan situs *website Happiness box* kedepannya agar lebih baik lagi serta diharapkan dalam perancangan sistem informasi penjualan *hampers* memberikan kemudahan untuk konsumen.

1. PENDAHULUAN

Pada perkembangan zaman ini dimana penerapan IT sudah dilakukan di berbagai bidang yang mana dapat mempermudah dalam melakukan pekerjaan. Termasuk dalam dunia bisnis yang dapat meningkatkan penjualan dalam mempromosikan suatu barang yang diproduksi atau dijual. Salah satu contoh dari kemajuan teknologi yang dilengkapi dengan manfaat internet di dalam dunia bisnis yaitu *Electronic Commerce (E-Commerce)*. Yang mana pengertian dari *Electronic Commerce (E-Commerce)* yaitu perdagangan elektronik dengan pembelian, penjualan, pemasaran barang maupun jasa melalui sistem elektronik [1]. Dengan pemanfaatan dari *E-Commerce* dalam dunia bisnis dapat memberi kesempatan kepada pebisnis dalam memperluas pemasaran suatu barang secara cepat serta menjangkau sasaran nasional maupun internasional untuk mengembangkan bisnisnya.

Melihat dari manfaat kemajuan teknologi dalam dunia bisnis dapat menjadi landasan pebisnis menggunakan *E-Commerce* untuk memulai usaha yang dapat memberikan suatu keuntungan juga sebagai peluang besar dalam berwirausaha [2]. Melalui *E-Commerce* ini pedagang dapat menawarkan produk atau barang dagangannya secara online kepada pembeli atau konsumen nantinya dengan lebih mudah tanpa perlu datang ke *store* atau tanpa perlu bertatap muka yang dapat menjangkau sasaran pasar yang lebih luas [3]. Dimana calon pembeli atau konsumen nantinya bisa melihat produk atau barang dagangannya dan memesannya secara *online* dengan melalui *website* pedagang atau *website* untuk penjualan.

Dilihat dari penjelasan tersebut seorang pedagang memang menginginkan sebuah sistem informasi penjualan berbasis *website* sebagai media sarana informasi dalam mempromosikan penjualan produk atau

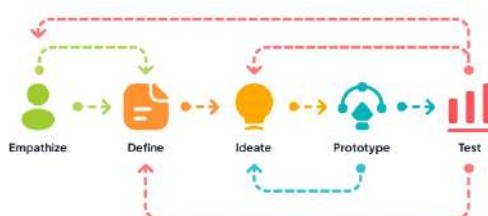
barang dagangan. Dalam sistem informasi penjualan berbasis *website* memberikan ide untuk membuat usaha penjualan *Gift Box* atau *Hampers* secara *online* dengan menyediakan berbagai produk *gift box* dengan macam-macam tema serta desain produk menarik yang diberi nama dengan *Happines Box*. Dalam memasarkan produk *gift box* ini harus memberikan keyakinan pada pelanggan untuk memberikan kepuasan pelanggan sesuai dengan *gift box* sesuai dengan pilihan produk yang sesuai.

Beberapa Pelanggan atau *Customer* dalam memesan atau membeli produk *gift* biasanya bingung dalam memberikan produk seperti apa yang pas atau cocok untuk si penerima nantinya. Karena biasanya produk yang dipesan tidak sesuai dengan yang diinginkan. Dengan masalah tersebut dapat memberikan inovasi berupa fitur konsultasi yang dapat memberikan informasi lebih untuk produk *gift box* yang diinginkan sesuai request juga admin atau penjual memberikan saran atau masukan terhadap produk *gift box* tersebut. Dalam pembuatan sistem informasi penjualan *Gift Box* atau *Hampers* berbasis *website* ini diharapkan dapat membantu dalam memperkenalkan dan memasarkan produk *Gift Box* dengan jangkauan pasar serta kepercayaan dari *customer* untuk memilih *Website Happiness Box* ini.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian terhadap pengguna untuk mengembangkan *prototype* platform pada penelitian ini menggunakan metode *Design Thinking*. *Design thinking* adalah metodologi desain yang memberikan pendekatan berbasis solusi untuk memecahkan masalah. *Design Thinking* dilakukan untuk menggali permasalahan/kebutuhan yang dihadapi oleh target pengguna sehingga bisa menentukan solusi terbaik untuk dapat menyelesaikannya. *Design thinking* ini sangat berguna dalam mengatasi masalah kompleks dengan cara [4][5]:

1. Memahami kebutuhan manusia yang terlibat
2. Membongkai ulang masalah,
3. Berpusat pada manusia,
4. Menciptakan banyak ide dalam sesi *brainstorming*, dan
5. Mengadopsi pendekatan langsung dalam pembuatan ide prototipe dan pengujian.



Gambar 1. Alur *Design Thinking*

Berdasarkan gambar 1 diatas, *design thinking* memiliki 5 tahapan yaitu [4]:

1. *Empathize*

Pada tahap ini dilakukan pendekatan terhadap target pengguna. Tahap ini juga adalah tahap untuk kita dapat memahami kebutuhan pengguna, tujuan bisnis dan kapasitas/kemampuan teknologi. Apa yang dikatakan oleh pengguna belum tentu apa yang sebenarnya mereka lakukan, maka dalam proses ini kita harus mencari tahu tahu:

- a. Apa yang user pikirkan dan rasakan
- b. Kebiasaan apa yang mereka lakukan
- c. Apa saja kegelisahan yang mereka rasakan
- d. Hal apa saja yang dapat membuat mereka senang/bahagia.

2. *Define*

Informasi yang telah dikumpulkan selama tahap *Empathize*, dianalisis dan disintesis untuk menentukan masalah inti yang akan diidentifikasi. Tahap ini adalah tahapan dalam mendefinisikan masalah apa yang sebenarnya dialami oleh pengguna ketika berinteraksi dengan sebuah produk atau proses. Hasil akhir pada tahapan ini adalah:

- a. Masalah apa yang akan diselesaikan?
- b. Untuk siapa kita menyelesaikan masalah ini?
- c. Apa cara lain yang dapat menyelesaikan masalah ini?

3. *Ideation*

Tahap ini adalah tahap untuk menghasilkan ide. Semua ide-ide akan ditampung guna penyelesaian masalah yang telah ditetapkan pada tahap *define*. Penting untuk mendapatkan ide sebanyak mungkin atau solusi masalah di awal fase ide yang kemudian dipilih cara terbaik untuk memecahkan masalah atau menyediakan elemen yang diperlukan untuk menghindari masalah-masalah yang nantinya terjadi.

4. *Prototyping*

Pada tahap ini dihasilkan sejumlah versi produk yang murah dan diperkecil, atau fitur khusus yang ditemukan dalam produk. *Prototype* ini dapat diuji ke beberapa ke beberapa target pengguna pada fase berikutnya.

5. *Testing*

Dilakukannya pengujian dan evaluasi terhadap produk kepada pengguna dan hasilnya akan dilakukan perubahan dan penyempurnaan untuk menyingkirkan solusi masalah dan mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang produk dan penggunaannya.

3. **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berikut adalah hasil penelitian pengguna dengan metode *design thinking* yang telah dilakukan oleh Tim Peneliti:

3.1. **Empathize**

Tahapan dari *empathize* untuk melakukan pengecekan masalah serta kebutuhan dalam *website hampers* dengan cara melakukan observasi dengan menggunakan platform *google form* yang dimana *google form* ini agar kita mengetahui keinginan *user* pada tahap ini ada beberapa pertanyaan dalam tabel 1 yaitu:

Tabel 1. Proses Empathize

Pertanyaan Riset	Jawaban
Apa yang anda rasakan ketika mencari atau pembelian <i>gift box/hampers</i> ?	Merasakan kesulitan dalam pencarian produk
Apa yang biasanya dilakukan ketika ingin pembelian <i>gift box</i> atau <i>hampers</i> ?	Melakukan perbandingan, mulai dari jenisnya sama harga yang berbeda-beda, terus cari barang-barang yang menarik apa aja.
Kendala yang dihadapi ketika anda ingin melakukan pembelian <i>gift box/hampers</i> ?	<i>Budget</i> , karena biasanya menggunakan <i>additional box</i> /keranjang/kotak premium jatuhnya lebih mahal.
Menurut anda, apa solusi/kebutuhan yang dapat membantu menjawab permasalahan yang dihadapi?	Paketan barang yang membuat harga terlihat lebih murahan

3.2. **Define Problem**

Dalam tahap ini peneliti melakukan pengumpulan Informasi dan melakukan pengamatan permasalahan atau problem statement yang telah dikumpulkan selama tahap *Empathize*, dianalisis dan disintesis untuk menentukan masalah inti yang akan diidentifikasi. Berikut adalah tabel 2 menyajikan informasi masalah yang telah didefinisikan untuk masing-masing *object research*:

Tabel 2. Proses Define Problem

User	Masalah
Customer	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesulitan dalam pencarian produk <i>gift box</i> 2. Dalam pembelian <i>gift box</i> tidak dapat <i>request</i> isi produk sesuai dengan keinginan 3. Sulitnya memprediksi produk <i>gift box</i> 4. Tidak dapat konsultasi terkait pembuatan <i>gift box</i>
UMKM	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sulitnya kerjasama dengan jasa pengiriman 2. Sistem pembayaran yang masih bersifat manual

3.3. Ideate

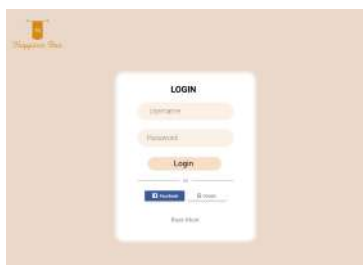
Berikut tabel 3 adalah ide solusi yang berhasil tim peneliti definisikan untuk menjawab permasalahan-permasalahan dari sistem informasi penjualan *Gift Box* atau *Hampers* yang ada di atas untuk ditawarkan di dalam *website Happiness Box* ini:

Tabel 3. Proses Ideate

<i>User</i>	<i>Problem</i>	Solusi
<i>Customer</i>	Kesulitan dalam pencarian produk <i>gift box</i> yang sesuai dengan kebutuhan <i>user</i> .	Menyediakan fitur kategori produk yang diinginkan sesuai kebutuhan <i>user</i> .
	Dalam pembelian <i>gift box</i> tidak dapat <i>request</i> isi produk sesuai dengan keinginan.	Menyediakan fitur <i>custom</i> produk sesuai <i>request</i> dari isi <i>gift box</i> .
	Kendala harga produk yang tidak dapat diprediksi.	Menyediakan fitur filter harga sesuai range produk <i>gift box</i> .
	Tidak dapat konsultasi terkait pembuatan <i>gift box</i> .	Menyediakan ruang konsultasi pemilihan barang yang diperlukan di <i>gift box</i> .
UMKM	Sulitnya kerjasama dengan jasa pengiriman.	Membuat Perjanjian kerja sama dengan jasa pengiriman
	Sistem pembayaran yang masih bersifat manual	Adanya sistem transaksi <i>online</i> yang beragam.

3.4. Prototype

Hasil analisis yang dilakukan tahap sebelumnya diimplementasikan kedalam tampilan *website* sehingga pengguna dapat melihat interpretasi yang peneliti sajikan dalam gambar 2 sebagai halaman masuk kedalam *website*.



Gambar 2. Halaman *Login*

Setelah melewati proses *login*, pengguna akan di arahkan ke dalam halaman beranda seperti pada gambar 3 dibawah ini.



Gambar 3. Halaman Beranda

Halaman beranda menyediakan seluruh informasi dengan terperinci mengenai apa saja yang terdapat dalam *website* ini. setelah pengguna melihat dan mengetahui informasi yang dibutuhkan, gambar 4 menyediakan informasi bagaimana untuk membuat *box* sebagai hadiah.



Gambar 4. Halaman *Build Box*

Halaman detail produk pada gambar 5 dibawah menyediakan informasi lebih banyak mengenai apa saja yang terdapat pada satu *bundling hampers* yang ditawarkan.



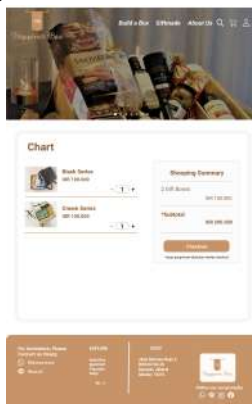
Gambar 5. Halaman Detail Produk

Pengguna mendapatkan keleluasaan untuk membuat *gift box* sesuai dengan keinginan. Kebutuhan pengguna yang bisa memperoleh *request* dari fitur konsultasi pada gambar 6.



Gambar 6. Halaman Konsultasi

Setelah pengguna memperoleh kesepakatan dengan barang yang menjadi keinginan. Pembelian barang dapat dilakukan seperti ditampilkan pada gambar 7.



Gambar 7. Halaman keranjang

Dengan mengecek pembelian yang disajikan dalam halaman keranjang. Langkah selanjutnya yang pengguna lakukan dengan memilih menggunakan pembayaran melalui pilihan yang tersedia seperti pada gambar 8.



Gambar 8. Halaman Pembayaran

Tahapan terakhir yang pengguna lakukan setelah menetapkan pilihan metode pembayaran adalah melakukan konfirmasi sebagaimana ditampilkan dalam gambar 9 dibawah ini.



Gambar 9. Halaman Konfirmasi Pembayaran

Pengguna melakukan tahapan untuk memperoleh kebutuhan dalam mendapatkan barang yang diinginkan. Peneliti memasukkan unsur kenyamanan pengguna dengan tidak mengganggu ataupun menghalangi pandangan saat mengakses *website* ini pada implementasi.

3.5. Test

Dari hasil *usability testing* yang telah dilakukan Langkah pertama yang dilakukan dalam *usability testing* adalah memberikan sejumlah tugas (*task*) yang sudah dipersiapkan sebelumnya kepada pengguna saat berinteraksi dengan sistem yang diuji [6]. Task-task ini diberikan kepada 4 orang responden yang berasal dari masyarakat umum. berikut tabel 4 *task* pengujian *usability*:

Tabel 4. Pengujian *Usability Testing*

No	Task
1.	Melakukan <i>Login/Registrasi</i>
2.	Membuka dan membuat <i>gift box</i> dari menu <i>build box</i>
3.	membuka dan memilih <i>gift box</i> dari menu <i>gift made</i>
4.	membuka menu konsultasi
5.	melakukan pembayaran produk

Analisis *usability Testing*

Dalam proses ini setelah melakukan wawancara terhadap responden, kuesioner diberikan kepada responden yang telah mengerjakan *task-task* di atas agar mendapatkan pengalaman pengguna (*user experience*) terhadap tampilan aplikasi yang diuji yaitu apa yang dilihat dan dirasakan pengguna saat melakukan *task* yang diberikan [7][8], kuesioner berisi 9 pertanyaan. Hasil perhitungan rata-rata terhadap hasil *usability testing* di atas, maka diperoleh dari hasil kuesioner diperoleh rekap nilai *usability* dalam skala 5 yang dapat dilihat pada tabel 5 di bawah ini :

Tabel 5. Hasil Kuesioner *Usability Testing*

No	Pertanyaan	Nilai
1.	Apakah tampilan antarmuka <i>website Happiness box</i> menarik?	4,75
2.	Apakah <i>website Happiness Box</i> mudah dioperasikan?	4,25
3.	Apakah tampilan warna pada <i>website Happiness Box</i> nyaman dilihat dan tidak membosankan?	4,74
4.	Apakah tampilan <i>home</i> dalam <i>website Happiness Box</i> mudah dikenali?	4
5.	Apakah tulisan yang ada mudah dibaca?	4,75
6.	Apakah informasi dalam Pencarian <i>website Happiness Box</i> mudah dicari?	4,75
7.	Apakah simbol, ikon dan gambar yang ada mudah dipahami?	4,25
8.	Apakah transaksi pembayaran yang tersedia mudah diakses?	4,25
9.	Apakah fungsi yang ditawarkan sesuai dengan tujuan aplikasi?	4,75

Dari hasil *usability testing* yang telah dilakukan rata rata nilai yang diperoleh ialah 4,5 dari skala 5 yang dikategorikan “sangat baik” serta responden memberikan beberapa saran dari tampilan design yang telah di prototype berikut sarannya:

1. Dalam tampilan *frame* yang digunakan berbeda maka perlu pengaturan *frame* yang satu ukuran dengan *frame* yang lain
2. Melakukan *prototyping* secara menyeluruh karena beberapa tampilan belum berfungsi semestinya

3. Memasukkan *symbol* pendukung yang sesuai dengan beberapa fitur agar lebih menarik
4. Tampilan awal hanya memuat intinya saja tidak perlu langsung menampilkan produk
5. Pengkategorian jenis barang dan kostum pemilihan *card*
6. Pengaturan jarak pada *header* tampilan awal

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Dari hasil pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Perancangan sistem informasi penjualan *hampers* atau *gift box* berbasis *website* merupakan suatu platform untuk *e-commerce* yang berisi penjualan barang barang hadiah untuk orang tersayang. yang diberi nama *Happiness box*. Target pengguna dari aplikasi ini yaitu masyarakat umum.
2. Dengan adanya aplikasi sistem informasi penjualan *hampers* dapat mempercepat dan memudahkan konsumen untuk mendapatkan informasi dan melakukan pemesanan produk.
3. Dengan adanya sistem yang baru, dapat memberikan kemudahan dalam proses pencarian *gift box* tanpa harus mengunjungi beberapa toko.
4. Hasil dari *usability testing* yang dilakukan mendapatkan skor rata-rata 4,5 dari skala 5 yang artinya aplikasi yang dirancang dikatakan “sangat baik” untuk diterapkan namun masih perlu adanya perbaikan dari segi *design*.

4.2 Saran

1. Dengan sistem dan program aplikasi yang ada tidak menutup kemungkinan masih adanya *bug* dan kekurangan lainnya, dengan begitu tahap pengembangan berikutnya agar dapat memperbaiki kekurangan tersebut.
2. Adanya pemeliharaan terhadap sistem yang telah dibuat agar sistem tetap terjaga dengan baik.
3. Perlu adanya fitur yang mendukung lainnya untuk menunjang sistem informasi tersebut

5. REFERENSI

- [1] Ginting, Elizaandayni. "Aplikasi penjualan berbasis web (E-commerce) menggunakan joomla pada mutiara fashion." *Bandung: Universitas Widyatama* (2013).
- [2] Zaliluddin, Dadan, and Rohmat Rohmat. "Perancangan sistem informasi penjualan berbasis web (Studi kasus pada newbiestore)." *INFOTECH journal* 4.1 (2018): 236615.
- [3] Hidayat, Rahmat, Siti Marlina, and Lila Dini Utami. "Perancangan sistem informasi penjualan barang handmade berbasis website dengan metode waterfall." *Simnasiptek 2017* 1.1 (2017): 175-183.
- [4] Andrian, Rian. "Pengantar technopreneurship." *Purwakarta: CV Phika Media* (2021).
- [5] Plattner, Hasso, Christoph Meinel, and Larry Leifer, eds. *Design thinking: understand–improve–apply*. Springer Science & Business Media, 2010.
- [6] Rahadi, Dedi Rianto. "Pengukuran usability sistem menggunakan use questionnaire pada aplikasi android." *JSI: Jurnal Sistem Informasi (E-Journal)* 6.1 (2014).
- [7] Rizal, Mohammad Afdhol, and Titik Misriati. "Perancangan sistem informasi penjualan pakaian berbasis web pada toko uj outlet." *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)* 7.1 (2018): 9-15.
- [8] Ahmad, Naseer, Muhammad Waqas Boota, and Abdul Hye Masoom. "Smart phone application evaluation with usability testing approach." *Journal of Software Engineering and Applications* 7.12 (2014): 1045.