

Pengembangan dan Analisis Aplikasi Penjualan Mobil dan Suku Cadang pada CV Putra Iman

Mei P. Kurniawan¹, Barka Satya²

¹Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas AMIKOM Yogyakarta
meikurniawan@amikom.ac.id

²Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas AMIKOM Yogyakarta
barka.satya@amikom.ac.id

ABSTRACT

The needs of people that is especially mobility efficiency drive people to use personal transportation. The escalation of car sales for each year has proven that people prefer to use personal transportation than public transportation. The lack of information regarding car seller showroom causes the costumers must come to showroom to get information about car technology and facility from the salesman. Un-efficient interaction between customer and salesman is the main problem of this research. It is proposed that e-commerce approach can solve the main problem. The case study is conducted at CV. Putra Imam which is a car showroom and spare part seller. The web based application will be included transaction feature, car specification page, and prices of car and spare part page. The website is tested to 10 users, and each user is interviewed. The result is shown that 9 of 10 users stated that the website is informative and facilitates the user transaction.

Keywords: *e-Commerce, Information system, Transaction feature, Showroom*

ABSTRAK

Seiring dengan kebutuhan masyarakat dengan efisiensi mobilitas, membuat kebutuhan terhadap suatu media transportasi tidak lagi menjadi kebutuhan sekunder, dibuktikan dengan penjualan kendaraan yang terus meningkat setiap tahunnya terutama dengan penjualan mobil. Terbatasnya media informasi pada suatu showroom penjualan mobil membuat calon pembeli atau calon pembeli harus datang langsung untuk mengetahui fasilitas dan teknologi mobil tersebut. Ketidak efisienan interaksi antara calon pembeli dan agen penjual menjadi masalah utama pada penelitian ini. Penerapan media e-commerce diajukan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Studi kasus dilakukan pada CV. Putra Iman yang merupakan showroom penjualan mobil dan suku cadang. Aplikasi yang berbasis website ini nantinya akan diisi dengan fitur transaksi penjualan mobil, suku cadang dan lainnya, informasi mengenai ketersediaan mobil dan juga suku cadang dapat langsung dilihat calon pembeli pada website e-commerce tersebut serta informasi mengenai spesifikasi barang yang di pasarkan pada showroom. Kemudian website ini diuji ke 10 pengguna dan dilakukan wawancara ke pengguna tersebut. Dari hasil pengujian diperoleh fakta bahwa 9 dari 10 pengguna menyatakan website ini informatif dan memudahkan dalam melakukan pembayaran.

Kata kunci: *e-Commerce, Sistem informasi, Fitur transaksi, Showroom*

1. PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan pada bidang ilmu teknologi informasi (Dan & Sistem, 2015) sangatlah terasa manfaatnya, banyaknya perusahaan yang menerapkan IT untuk usahanya menghasilkan tingkat efisiensi serta kemudahan manajemen yang lebih baik dibandingkan dengan cara manual. CV. Putra Iman merupakan showroom mobil yang bergerak dalam bidang jual beli mobil serta suku cadang, kegiatan promosi yang masih dilakukan dengan cara manual masih sering menemukan hambatan-hambatan yang membuat kurang efektifnya pemasaran produk. Banyaknya variasi produk mobil yang dijual juga membuat konsumen kesulitan untuk memilih mobil yang sesuai dengan kebutuhan. Hal tersebut tentu akan menjadi kendala jika para calon pembeli memiliki kesibukan yang padat atau tidak memiliki banyak waktu luang untuk mencari informasi

mengenai produk yang ingin dibeli di CV. Putra Iman. Dengan melihat permasalahan yang ada maka dari itu peneliti akan mencoba untuk merancang suatu sistem informasi e-commerce berbasis website yang diharapkan dapat mempermudah kegiatan transaksi penjualan serta mengurangi pekerjaan dan meningkatkan efisiensi serta efektifitas dari perusahaan tersebut.

2. METODE PELAKSANAAN

Permasalahan tentang ketidak efesiennya interaksi antara calon pembeli dan penjual dari CV. Putra Imam dapat diselesaikan dengan sistem informasi *e-commerce* berbasis *website*. Untuk mengetahui kapabilitas dari sistem informasi berbasis *website* tersebut diperlukan analisis SWOT. Analisis SWOT (Susanto & Zakaria, 2017) adalah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kebutuhan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity), dan ancaman (Threats) dalam suatu proyek atau perusahaan. Alasan dipilihnya analisis SWOT adalah sebagai berikut:

- a. Gambaran umum dari sistem informasi dapat diketahui dengan cepat dan tepat.
- b. Kelebihan dan kekurangan Sistem Informasi yang dirancang dapat dianalisis secara sistematis.

2.1. Analisis SWOT

Berikut merupakan analisis SWOT pada aplikasi ini :

a) *Strength* (Kekuatan)

1. Website mampu menampilkan informasi yang dibutuhkan calon pembeli untuk mengetahui spesifikasi dari barang otomotif yang akan dibeli.
2. Website mampu melakukan penyimpanan data-data penting riwayat penjualan.
3. Website mampu melakukan pencetakan data transaksi.
4. Website mampu melakukan manajemen data barang yang akan ditampilkan pada *website client*.
5. Tampilan website yang cukup mudah dipahami sehingga pengguna dapat menjalankan website sesuai dengan kebutuhan.

Tabel 1. Analisis SWOT untuk CV. Putra Iman

INTERNAL EKSTERNAL	<i>Strength</i> (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)
<i>Opportunity</i> (Peluang)	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pencarian informasi secara tradisional dapat digantikan dengan sebuah <i>website</i>. 2. Transaksi tradisional dapat dilakukan secara online dengan fitur transaksi yang disediakan di website. 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan website yang membutuhkan koneksi yang rendah. 2. Mengembangkan website dengan keamanan berlapis seperti dengan memberikan fitur enkripsi pada pertukaran data dari server ke client.
<i>Threats</i> (Ancaman)	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang otomotif, maka peningkatan fungsionalitas dan fitur yang secara berkala perlu dilakukan untuk meningkatkan layanan ke konsumen. 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan website berdasarkan kelebihan dan kelemahan dari website pesaing. Sehingga website CV. Putra Imam dapat terus mengungguli dengan website pesaing.

b) Weakness (Kelemahan)

1. Harus menggunakan koneksi Internet untuk mengakses dari jarak jauh.
2. Rentan diretas oleh pihak – pihak yang tidak bertanggung jawab.

c) Opportunities (Peluang)

1. Mampu meningkatkan penjualan barang otomotif pada perusahaan.
2. Mampu meningkatkan promosi perusahaan.
3. Manajemen data transaksi yang lebih akurat dengan teknik terkomputerisasi.

d) Threats (Ancaman)

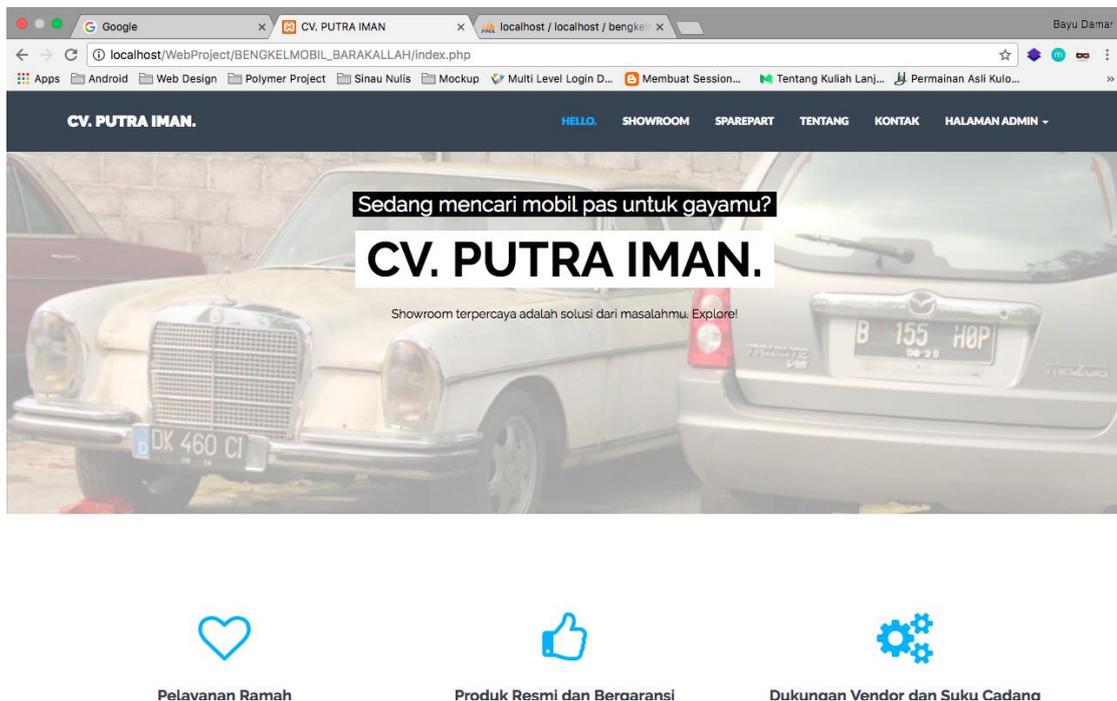
1. Ancaman untuk website *e-commerce* ini adalah persaingan antar perusahaan yang mampu membuat website dengan fitur yang lebih modern sehingga calon pembeli lebih menyukai website pesaing tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Keluaran dari penelitian ini adalah sebuah website yang memiliki fitur transaksi dan memiliki informasi yang lengkap tentang showroom CV. Putra Iman.

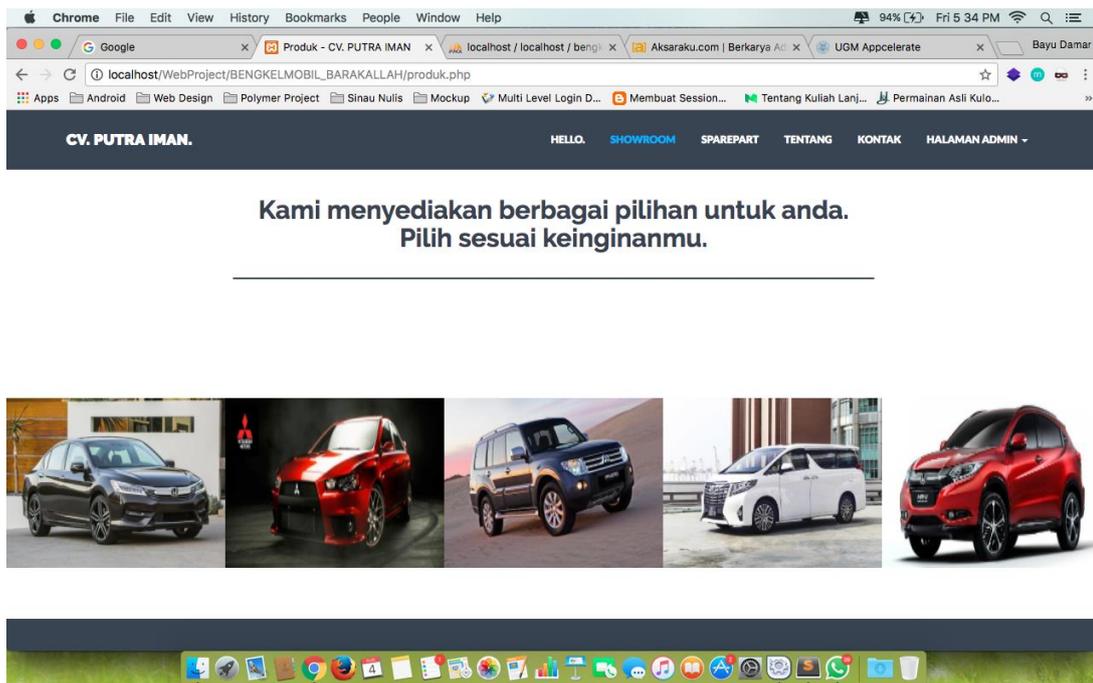
3.1. Hasil Perancangan Website

Halaman utama merupakan tampilan dimana calon pembeli akan melihat tampilan awal saat website dikases, pada halaman ini akan tampil beberapa menu yang dapat dipilih calon pembeli sesuai dengan kebutuhan, tampilan halaman utama yang dirancang pada website ditunjukkan pada Gambar 1.



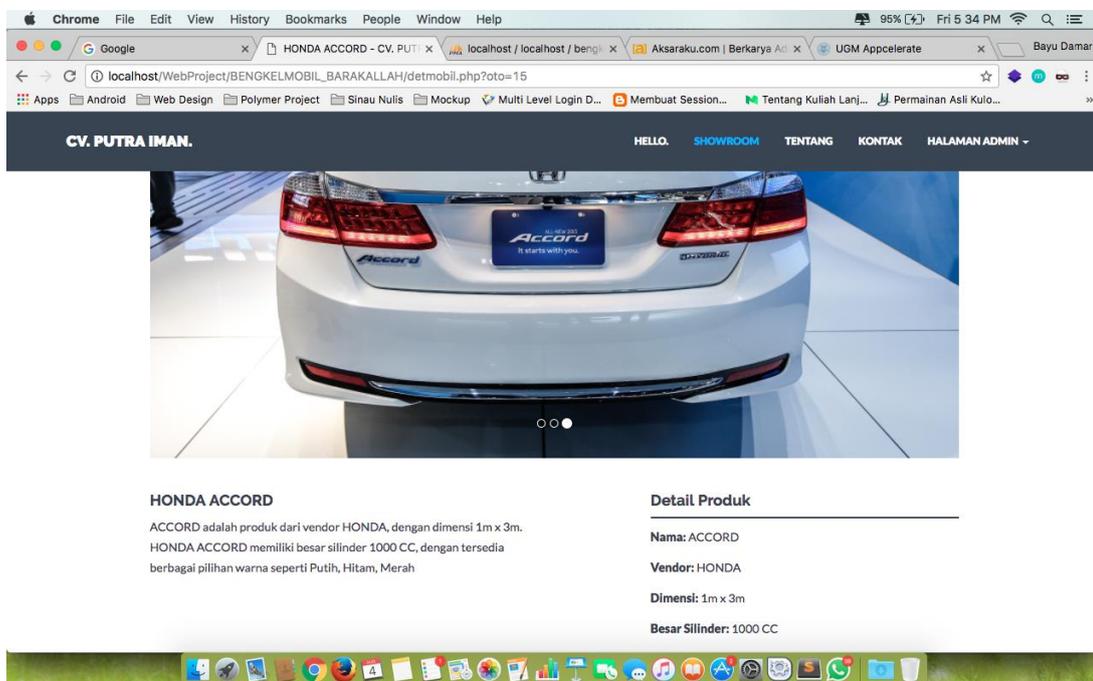
Gambar 1. Tampilan Halaman Utama

Halaman selanjutnya merupakan halaman dari menu showroom dimana pada menu ini akan ditampilkan produk-produk mobil yang dijual pada CV. Putra Iman, tampilan dari halaman showroom pada website ditunjukkan pada Gambar 2.



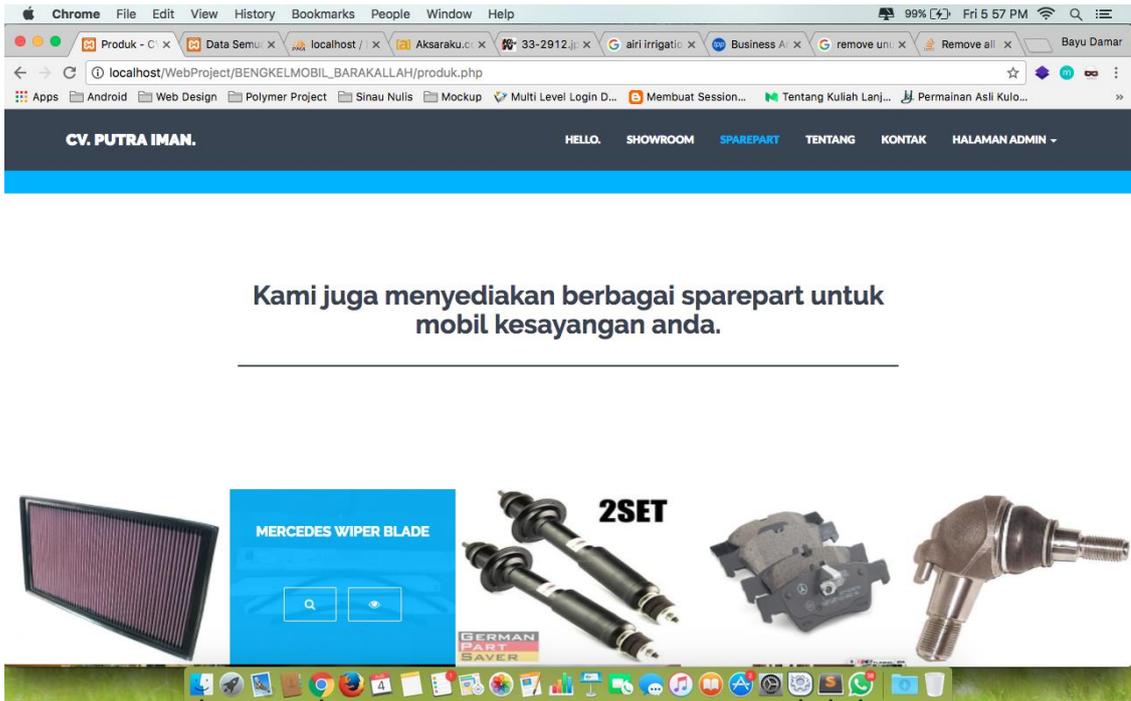
Gambar 2. Tampilan Halaman Menu Showroom

Dan ketika calon pembeli ingin melihat detail dari produk yang dipasarkan maka calon pembeli cukup melakukan klik pada gambar produk yang dipilih, setelah calon pembeli memilih produk maka akan tampil detail dari produk yang dipilih, dan pada Gambar 3 ditunjukkan tampilan dari website ini.



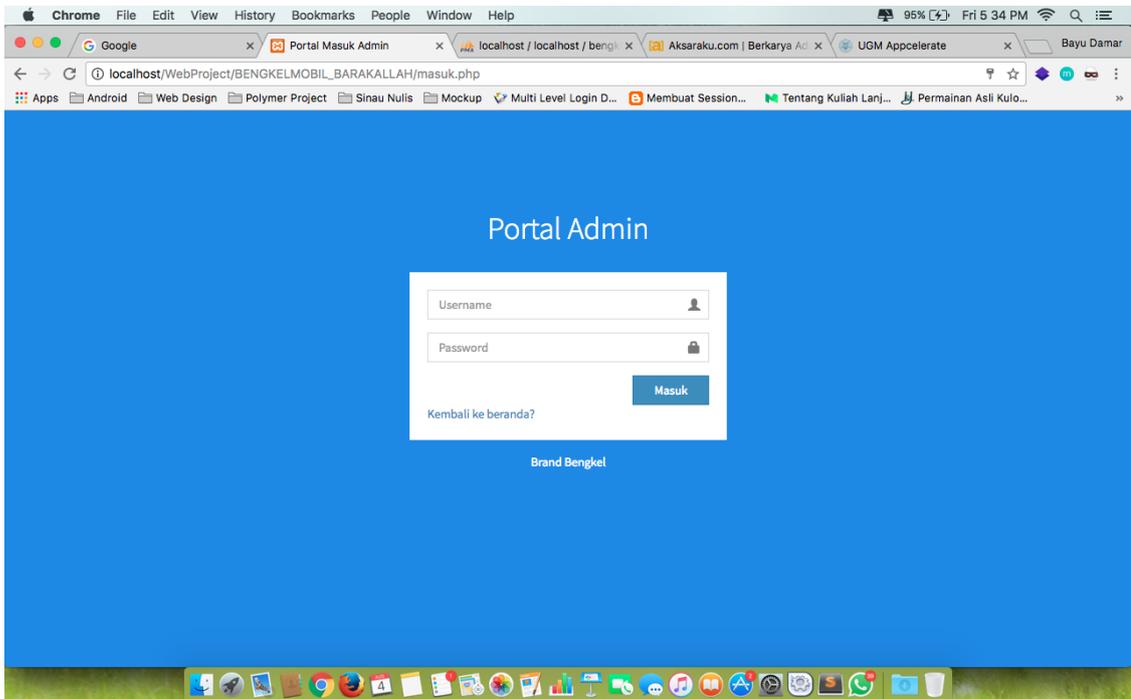
Gambar 3. Tampilan Halaman Detail Produk Mobil

Menu selanjutnya merupakan menu sparepart, menu sparepart sendiri berisi produk-produk sparepart yang dijual pada CV. Putra Iman, dan berikut merupakan tampilan dari menu sparepart pada website seperti ditunjukkan pada Gambar 4.



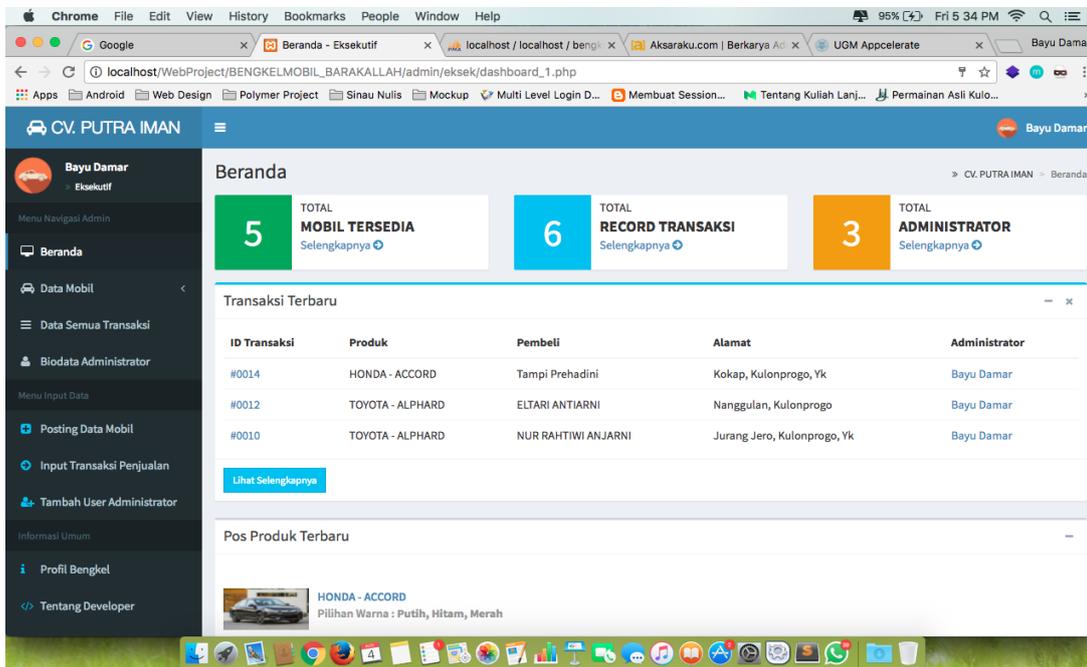
Gambar 4. Tampilan Halaman Menu Spareparts

Suatu website client/server membutuhkan suatu halaman tersendiri yang akan dikelola oleh admin atau pihak yang bertanggung jawab terhadap konten yang tersedia dari website yang ditujukan untuk calon pembeli, maka dari itu peneliti juga menyediakan halaman portal admin yang di rancang untuk kegiatan manajemen tampilan website dan lainnya. Untuk memasuki halaman admin terlebih dahulu admin harus melakukan login dengan akun yang telah dibuat, berikut merupakan tampilan menu login pada portal admin sesuai dengan Gambar 5.



Gambar 5. Tampilan Login Portal Admin

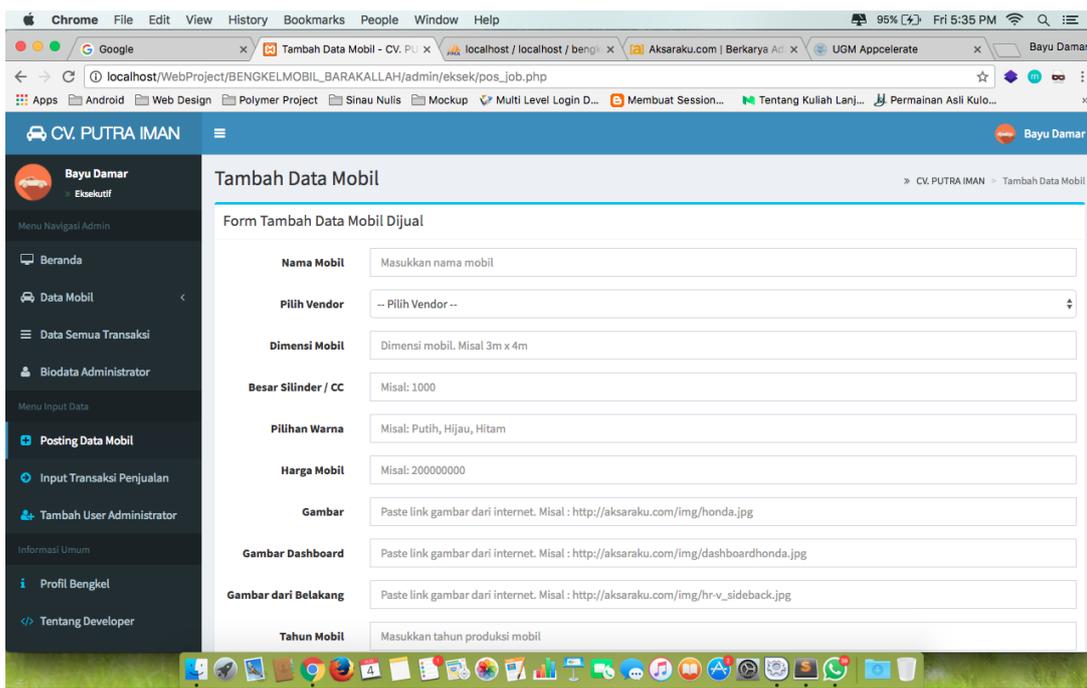
Setelah admin berhasil login, maka admin akan melihat halaman beranda dari portal admin beserta seluruh fitur yang dirancang untuk website, berikut merupakan halaman beranda portal admin pada website yang diilustrasikan pada Gambar 6.



Gambar 6. Tampilan Beranda Portal Admin

Dari gambar diatas kita dapat melihat bahwa terdapat beberapa menu untuk melakukan pengaturan terhadap website calon pembeli, dan salah satunya adalah pengaturan untuk perekaman setiap transaksi penjualan yang tersimpan.

Selain data transaksi menu yang lainnya adalah menu untuk posting data mobil yang akan ditampilkan pada website customer, dan berikut merupakan tampilan untuk posting data mobil pada website yang ditunjukkan pada Gambar 7.



Gambar 7. Tampilan Input Data Mobil Portal Admin

3.2. Pembahasan

Setelah website siap untuk dilakukan pengujian maka database dan website diunggah di server hosting. Kemudian dipilih 10 pengguna secara acak dan dilakukan pengujian dengan cara memberikan pengguna akses ke website dan dilakukan wawancara untuk mengetahui kesan pengguna terhadap website yang diuji. Dari pengujian diperoleh bahwa 9 dari 10 pengguna menyatakan bahwa website ini memberikan informasi yang lengkap dan juga memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi. Karena dapat dilakukan secara elektronik.

4. KESIMPULAN

Website merupakan sarana yang efektif dan efisien untuk menyediakan informasi dan transaksi elektronik untuk perusahaan yang bergerak di bidang otomotif. Oleh karena itu, pendekatan e-commerce berbasis website terbukti mampu memberikan kepuasan kepada pengguna. Harapannya interaksi yang efisien ini dapat meningkatkan penjualan dari showroom CV. Putra Imam.

DAFTAR PUSTAKA

- Dan, A., & Sistem, P. (2015). Informasi Penjualan Piranti Multimedia Berbasis Web (Studi Kasus: PT Sistem Kreasi Inovasi Indonesia). In *Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan*.
- Susanto, & Zakaria. (2017). Analisis Swot Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran di Klinik Pratama PKU Muhammadiyah Cangkringan. *Proceeding Healt Architecture, 1*(1).

Halaman ini sengaja dikosongkan