

## Rancang Bangun *Website* Barbara Cosmetic

Dimas Widyatama, Muhammad Haris Setiawan A. M., Moh Ulul Albab, Maftahatul Hakimah

*Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya*

---

### ABSTRACT

*Cosmetics have now become a daily necessity for humans. Cosmetics are not only used to beautify themselves, but also play a role in skin care and healing. Although not a basic human need, cosmetic are one of the products that are used routinely every day by the community. Barbara Cosmetic's Website Design aims to facilitate media promotion so that it can increase sales. In addition, making it easier for the owner to monitor his business and making it easier for consumers to buy goods through the website. Data storage with a database is also expected to help the owner coordinate goods and customer data. So it is hoped that the creation of this website will be useful for consumers and owners.*

---

### Keywords

Kosmetik;  
UMKM;  
*Website*

---

### ABSTRAK

Kosmetik saat ini sudah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi manusia. Kosmetik tidak hanya digunakan untuk mempercantik diri saja, akan tetapi berperan dalam perawatan dan penyembuhan kulit. Meski bukan kebutuhan pokok manusia, akan tetapi kosmetik adalah salah satu produk yang digunakan rutin setiap hari oleh masyarakat. Rancang bangun *website* Barbara Cosmetic bertujuan untuk memudahkan media promosi sehingga bisa meningkatkan penjualan. Selain itu, pemilik dimudahkan untuk memantau usahanya dan memudahkan konsumen untuk membeli barang melalui *website* tersebut. Penyimpanan data dengan *database* juga diharapkan membantu pemilik mengkoordinir barang dan data pelanggannya. Jadi, diharapkan pembuatan *website* ini bermanfaat bagi konsumen maupun pemilik.

---

### PENDAHULUAN

Kosmetik saat ini sudah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi manusia. Kosmetik tidak hanya digunakan untuk mempercantik diri saja, akan tetapi berperan dalam perawatan dan penyembuhan kulit. Meski bukan kebutuhan pokok manusia, akan tetapi kosmetik adalah salah satu produk yang digunakan rutin setiap hari oleh masyarakat. dimana setiap harinya masyarakat akan selalu menggunakan kosmetik, baik itu untuk aktifitas pagi, siang, sore, dan malam [1]. Barbara Cosmetic merupakan sebuah UMKM yang menjual produk kosmetik. Transaksi penjualan sampai dengan saat ini masih berjalan konvensional. Sehingga, media promosi dari UMKM ini terbatas di lingkungan sekitar UMKM tersebut. Oleh karena itu, Barbara Cosmetic sangat perlu untuk meningkatkan penjualan produknya menggunakan media promosi seperti *website*.

Perancangan *website* sebagai media *online* untuk promosi dan penjualan produk telah dilakukan untuk sebuah usaha rumahan. Dengan adanya *website* ini, tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai media promosi dan juga meningkatkan kualitas penjualan dari usaha bisnis tersebut [2]. Sementara itu, penelitian telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh sistem pemasaran *online* digital marketing terhadap peningkatan produk penjualan untuk industri rumahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing bisa meningkatkan keuntungan secara signifikan sehingga dengan cara promosi ini dianggap efektif dan efisien [3]. Pembuatan *website* sebagai media promosi juga didukung dengan meningkatnya pengguna internet termasuk *website* pada tahun-tahun terakhir [4].

Berdasarkan penelitian sebelumnya, maka perlu untuk membangun *Website* Barbara Cosmetic dengan tujuan sebagai media promosi produk dan diharapkan bisa meningkatkan keuntungan dengan adanya penambahan volume penjualan. Dengan *website* Barbara Cosmetic ini, pemilik juga bisa memantau usahanya, membantu pemilik mengkoordinir barang dan data pelanggan nya.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Penjualan

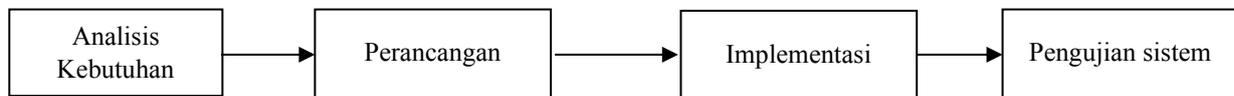
Penjualan adalah bentuk suatu kegiatan usaha untuk mengembangkan sebuah rencana yang strategis dimana rencana tersebut akan diarahkan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan juga keinginan dari pembeli untuk mendapatkan hasil penjualan yang dapat menghasilkan laba. Penjualan ini adalah bentuk dari sumber daya hidup bagi sebuah perusahaan dikarenakan dari penjualan tersebut perusahaan dapat memperoleh laba serta dapat menarik pelanggan yang diusahakan atau ditargetkan untuk mengetahui seberapa besar daya tarik para pelanggan sehingga dapat mengenal hasil produk dari perusahaan yang dihasilkan. Di zaman modern ini pertarungan bisnis telah mewujudkan berbagai perusahaan berlomba untuk merebut dan mempertahankan ruang pasarnya dengan menanamkan modalnya dibidang usaha retail serta memperluasnya, sehingga menekan pemerintah untuk mengeluarkan sebuah aturan yang memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat [5].

### Website

*Website* adalah sebuah kumpulan tampilan halaman dalam suatu domain yang menampilkan tentang berbagai berita atau konten yang dapat dilihat dan dibaca oleh pemakai internet melalui sistem pencarian. Berita atau konten yang dapat ditampilkan dalam sebuah *website* kebanyakan berisi tentang konten gambar, video, dan tulisan teks untuk berbagai macam kepentingan. Biasanya untuk halaman awal sebuah *website* dapat diakses melalui halaman utama (*homepage*) menggunakan *browser* dengan menuliskan link URL yang tepat. Di dalam halaman utama, juga menampilkan beberapa halaman web yang saling tersambung satu sama lain [6].

## METODE

*Website* Barbara Cosmetic dibangun dengan alur seperti pada Gambar 1 berikut :



Gambar 1. Blok Diagram Metode Penelitian

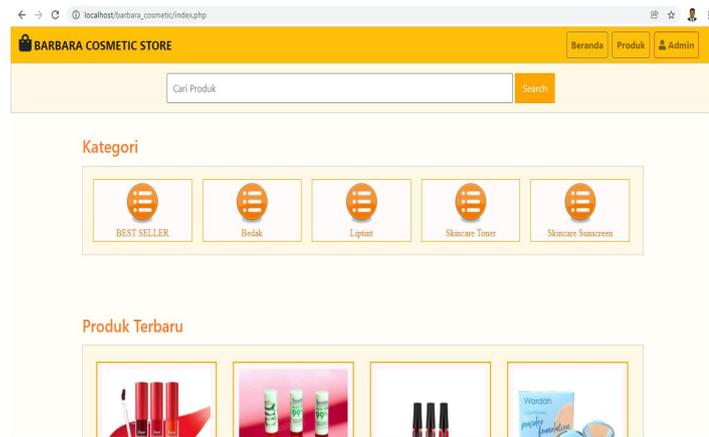
Langkah-langkah untuk membangun *Website* Barbara Cosmetic diawali dengan melakukan analisis kebutuhan aplikasi. Proses analisis ini dilakukan dengan wawancara kepada pemilik UMKM. Setelah mendapatkan semua informasi kebutuhan sistem, berikutnya mulai merancang *website* termasuk menentukan fitur-fitur yang bersesuaian dengan kebutuhan sistem. Setelah rancangan sistem telah dibuat maka berikutnya diimplementasikan menggunakan Bahasa pemrograman php dan bootstrap. Setelah *website* dibangun, pengujian sistem dilakukan untuk mengetahui apakah setiap fitur berfungsi dengan baik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini merupakan hasil rancang bangun *Website* Barbara Cosmetic.

### Halaman Utama

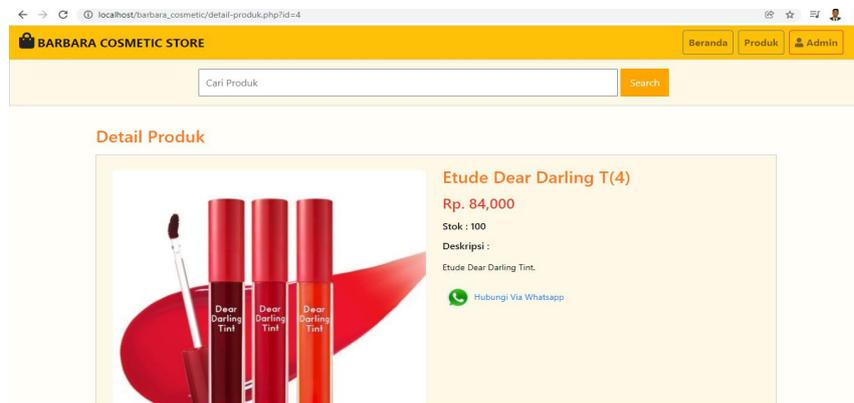
Halaman ini menampilkan menu utama yaitu produk yang dijual. Tampilan pada halaman awal dapat di lihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Halaman Utama

### Halaman Detail Produk

Halaman ini menampilkan detail produk yang berisi tentang nama produk, stok produk, deskripsi produk, harga dll. Tampilan pada halaman detail produk dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Detail Setiap Produk

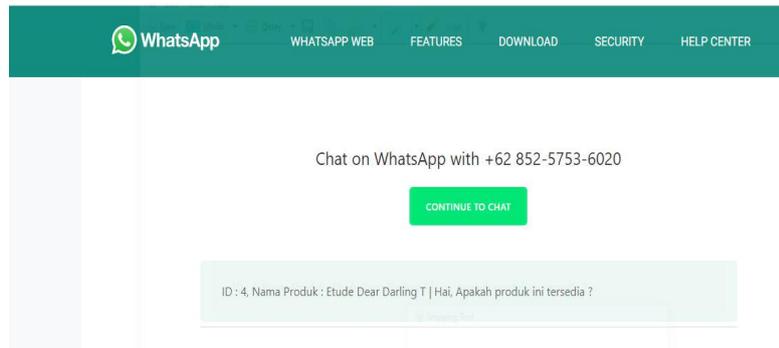
### Halaman User Order

Halaman ini menampilkan user order yang akan membuat pesanan dengan admin. Tampilan pada halaman user order dapat dilihat Gambar 4–6.



Gambar 4. User Order

Pemesanan untuk setiap produk yang dilakukan oleh konsumen akan diarahkan ke nomor WhatsApp (WA) pemilik Barbara Cosmetic dengan menekan ikon WA.



Gambar 5. User Order

Gambar 5 ini merupakan tampilan setelah konsumen menekan ikon WA yang tertera nomor yang bisa dihubungi.

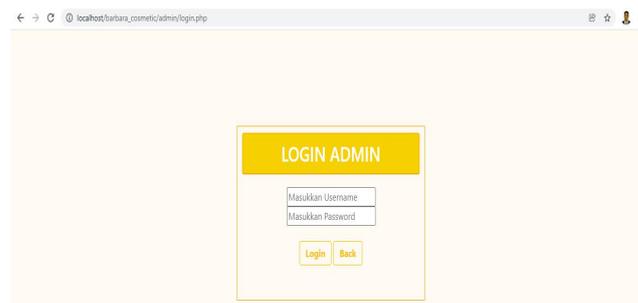


Gambar 6. User Order

Gambar 6 diatas menunjukkan contoh transaksi yang dilakukan menggunakan media WA.

**Halaman Login Admin**

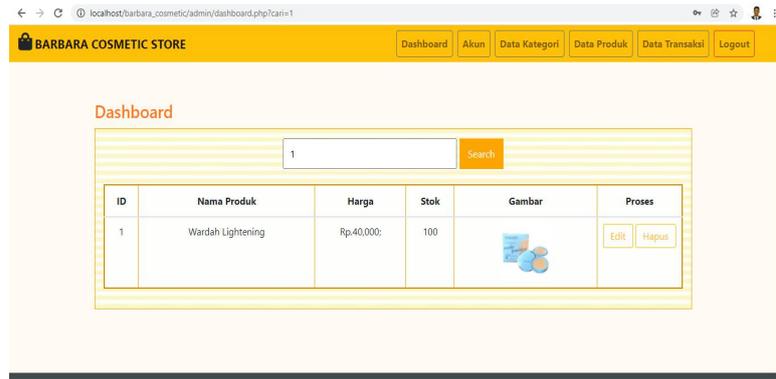
Halaman ini menampilkan login admin yang wajib dilakukan oleh admin. Tampilan pada halaman registrasi pelanggan dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Halaman Login Admin

**Halaman Dashboard**

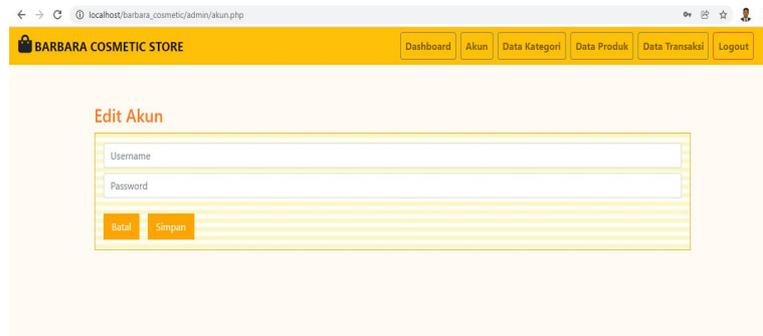
Halaman ini menampilkan search produk, deskripsi produk, harga dll. Tampilan pada halaman search produk dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Dashboard

### Halaman Edit Akun Admin

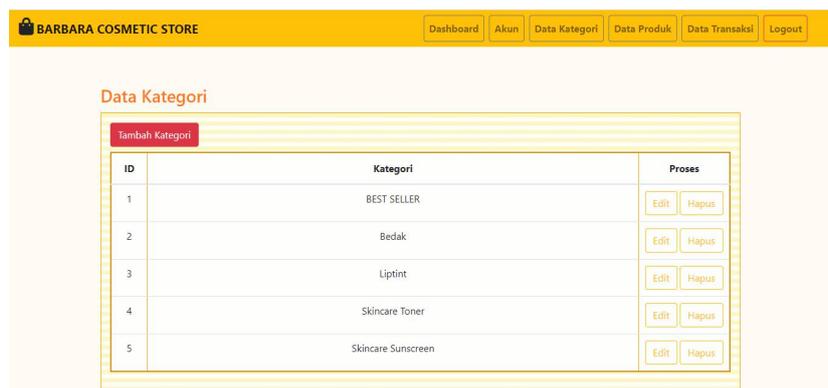
Halaman ini menampilkan edit akun, yang berisi username dan password admin halaman *search* produk dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9 Edit Akun

### Halaman Data Kategori

Halaman ini menampilkan data kategori. Halamannya edit akun dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10 Halaman Data Kategori

### Halaman Data Produk

Halaman ini menampilkan data produk yang dapat ditambah produk oleh admin. Halamannya data produk dapat dilihat pada Gambar 11.

ID	Kategori	Nama Produk	Harga	Stok	Gambar	Proses
1	Bedak	Wardah Lightening	Rp.40.000;	100		Edit Hapus
2	Lipint	Moly Delight Lipint	Rp.84.000;	100		Edit Hapus
3	Lipint	LIPTINT LIP WATER TI	Rp.15.000;	100		Edit Hapus

Gambar 11. Data Produk

### Halaman Data Transaksi

Halaman ini menampilkan data transaksi yang berisi laporan transaksi. Halamann data transaksi dapat dilihat pada Gambar 12.

ID Transaksi	ID Produk	Tanggal Pembelian	Jumlah	Harga	Total Harga	Proses
1	2	2021-12-22	2	Rp.84.000;	Rp.168.000;	Hapus

Gambar 12. Data Transaksi

Pengujian sistem telah dilakukan terhadap *Website* Barbara Cosmetic yang dibuat. Semua fitur pada setiap menu telah bisa dioperasikan dengan baik.

### KESIMPULAN

*Website* Barbara Cosmetic telah berhasil dibangun. Berdasarkan pengujian terhadap fungsi *site*, bisa disimpulkan bahwa *website* Barbara Cosmetic dapat mempermudah pelanggan dalam membeli kebutuhan kecantikan. Sedangkan bagi pemilik toko dapat merekap laporan transaksi penjualan dengan mudah. Selain itu, karena *website* tersedia secara *online*, *website* dapat diakses oleh semua orang di manapun dan kapan pun.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. M. Hasanah, B. Santoso, and H. Hermawan, “Perbandingan Ekuitas Merek Produk Natasha Skincare Dengan Erha Skincare,” *Int. J. Soc. Sci. Bus.*, vol. 4, no. 1, p. 123, 2020, doi: 10.23887/ijssb.v4i1.24069.
- [2] V. M. M. Siregar, “Perancangan *Website* Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Produk,” *TAM (Technology Accept. Model.*, vol. 9, no. 1, pp. 15–21, 2018.
- [3] T. Pradiani, “Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan,” *J. Ilm. Bisnis dan Ekon. Asia*, vol. 11, no. 2, pp. 46–53, 2018, doi: 10.32812/jibeka.v11i2.45.
- [4] A. Febrian, “Pengguna internet meningkat, jumlah *website* melonjak hingga 35%,” 2020. .
- [5] I. Sasangka, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Mini Market Minamart’90 Bandung,” *J. Ilm. Manajemen, Ekon. Akunt.*, vol. 2, no. 1, pp. 129–154, 2018, doi: 10.31955/mea.vol2.iss1.pp129-154.
- [6] I. Gunawan and H. S. Tambunan, “Penggunaan Teknologi Informasi Untuk Mengelola Data Masjid Al-Jihad – Pematangsiantar,” pp. 120–125, 2021.