

Sistem Informasi Penjualan Obat Berbasis Website Pada PT Kallista Prima Bekasi

Harry Adewijaya ¹, Syahbaniar Rofiah ^{2,*}

¹ Sistem Informasi; Universitas Bina Insani; Jl. Siliwangi No 6 Rawa Panjang Bekasi Timur 17114 Indonesia. Telp. (021) 824 36 886 / (021) 824 36 996. Fax. (021) 824 009 24; e-mail : harryadewijaya@gmail.com

² Manajemen Informatika; Universitas Bina Insani; Jl. Siliwangi No 6 Rawa Panjang Bekasi Timur 17114 Indonesia. Telp. (021) 824 36 886 / (021) 824 36 996. Fax. (021) 824 009 24; e-mail: rsyahbaniar@gmail.com

* Korespondensi: e-mail: rsyahbaniar@gmail.com

Diterima: 9 Oktober 2019; Review: 16 Oktober 2019; Disetujui: 22 November 2019

Cara sitasi: Adewijaya H, Rofiah S. 2019. Sistem Informasi Penjualan Obat Berbasis Website Pada PT Kallista Prima Bekasi. *Informatics For Educator And Professionals*. 4 (1): 53 – 62.

Abstrak: Teknologi *Internet* telah mampu mengubah kegiatan berbisnis pada suatu perusahaan secara perlahan yang semula dilakukan dengan cara konvensional kini telah banyak perusahaan yang memanfaatkan kemajuan teknologi *internet* sebagai sarana untuk memudahkan dan memajukan kegiatan bisnis dalam perusahaan, salah satunya bertransaksi dengan pelanggan dengan cara *online*. Dalam hal memaksimalkan penggunaan *internet* dan dengan mengikuti tren berbisnis dalam dunia usaha masa kini, sudah banyak pelaku usaha yang kini mempunyai *website e-commerce* sendiri yang berguna sebagai sarana untuk memasarkan, memperkenalkan dan menjual produk-produknya secara tanpa batas ruang dan waktu. *E-commerce* membuat persaingan bisnis semakin ketat. Pada PT. Kallista Prima Bekasi yang masih terbiasa berkegiatan bisnis secara konvensional begitu merasakan kesulitan karena harus melakukan jemput bola terhadap pelanggan. Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti mencoba menghadirkan *website e-commerce* untuk PT. Kallista Prima Bekasi. Dalam membangun *website* ini peneliti menggunakan metode *waterfall* dan dibantu dengan *software* pengembangan *website* sublime dan menggunakan bahasa pemrograman php, html, css, serta menggunakan *framework* codeigniter dan bootstrap. *Website* yang dihasilkan dapat meningkatkan jumlah penjualan karena memudahkan pelanggan dalam membuat pesanan dan memudahkan PT. Kallista Prima Bekasi dalam menerima pesanan. Semoga dengan hadirnya *website e-commerce* ini diharapkan dapat membantu perusahaan dan pelanggan dalam melakukan transaksi bisnis.

Kata kunci: Codeigniter, E-commerce, Internet, Sublime, Waterfall.

Abstract: *Internet technology has been able to change the business activities in a company slowly that was originally done in a conventional way now many companies are utilizing the advancement of Internet technology as a means to facilitate and Business activities in the company, one of them transact with customers online. In terms of maximizing Internet use and by following the trend of doing business in today's business world, there are many business actors who now have their own e-commerce website that is useful as a means to market, introduce and sell its products with no limits of space and time. E-commerce makes business competition even more stringent. At PT. Kallista Prima Bekasi who is still accustomed to business activities in a convenient way so feel the trouble of having to make a ball shuttle to the customers. Based on the problem the author tried to present the e-commerce website for PT. Kallista Prima Bekasi. In building this website authors use waterfall method and helped with software development sublime website and use programming language PHP, HTML, CSS, as well as using the framework Codeigniter and Bootstrap. The resulting Website can increase the number of sales because it makes it easier for customers to make orders and facilitate the order*

of PT. Kallista Prima Bekasi. Hopefully with the presence of this e-commerce website is expected to help companies and customers in conducting business transactions.

Keywords: CodeIgniter, E-commerce, Internet, Sublime, Waterfall.

1. Pendahuluan

Teknologi Informasi dan Komunikasi telah menjadi salah satu teknologi yang semakin tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia sehari – hari. Teknologi *Internet* telah mampu mengubah kegiatan berbisnis pada suatu perusahaan secara perlahan yang semula dilakukan dengan cara konvensional kini telah banyak perusahaan yang memanfaatkan kemajuan teknologi *internet* sebagai sarana untuk memudahkan dan memajukan kegiatan bisnis dalam perusahaan, salah satunya bertransaksi dengan pelanggan dengan cara *online*. Semakin baiknya kualitas jaringan *internet* di Indonesia serta semakin luasnya cakupan dari penyedia jaringan yang tersedia di Indonesia menjadi salah satu alasan semakin berkembangnya bisnis *e-commerce* di Indonesia. Oleh sebab itu pengaplikasian *internet* dalam kegiatan berbisnis suatu perusahaan adalah suatu hal yang wajib karena dapat semakin mempermudah kegiatan transaksi yang dilakukan dengan pelanggan serta dapat semakin meningkatkan daya saing [Pradana, 2016].

Internet atau *World Wide Web (www)* telah secara dramatis mempengaruhi perilaku bisnis. Pasar, industri, dan bisnis sedang berubah memenuhi tuntutan ekonomi dan teknologi. Teknologi informasi (*IT*) sekarang dimanfaatkan untuk mendorong aktivitas bisnis dan pasar. Di zaman sekarang, *internet* menjadi mekanisme komunikasi yang kuat dan bisa memfasilitasi penyempurnaan dan pengolahan transaksi bisnis. Hal ini telah menyebabkan perubahan substansial dalam industri. *Internet* menawarkan peluang untuk melakukan penjualan produk kebutuhan hidup sehari-hari secara langsung kepada pelanggan yang berada pada pasar konsumsi (*consumer market*) atau konsumen pada pasar industri. *E-commerce* berguna dalam mengurangi biaya administrasi dan waktu siklus proses bisnis, dan meningkatkan hubungan dengan kedua mitra bisnis dan pelanggan (Charles) [Pradana, 2016]

Association for electronic commerce mendefinisikan *electronic commerce* sebagai mekanisme bisnis secara elektronik. Bagi organisasi bisnis saat ini *e-commerce* bukan sekedar proses jual beli barang secara online, tetapi juga meliputi semua aktivitas pemasaran, penjualan, pengantaran, layanan dan pembayaran secara global [Windarto, 2016]

Dalam hal memaksimalkan penggunaan *internet* dan dengan mengikuti tren berbisnis dalam dunia usaha masa kini, sudah banyak pelaku usaha yang kini mempunyai *website e-commerce* sendiri yang berguna sebagai sarana untuk memasarkan, memperkenalkan dan menjual produk-produknya secara tanpa batas ruang dan waktu. *E-commerce* membuat persaingan bisnis semakin ketat, karena segala kemudahan yang ditawarkan. Pengguna *internet* yang sudah semakin banyak dan akan terus bertambah ini menjadi peluang bagi pelaku usaha untuk mendirikan *website e-commerce* dengan tujuan mendapatkan laba penjualan yang lebih tinggi. Berjualan dan bertransaksi secara *online* akan mendapatkan pelanggan yang lebih luas dibanding berjualan secara konvensional [Rozi and Community, 2015].

PT. Kalista Prima Bekasi yang masih terbiasa berkegiatan bisnis secara konvensional begitu merasakan kesulitan karena harus melakukan jemput bola terhadap pelanggan, dalam artian pihak perusahaan secara berkala harus mendatangi pelanggan dalam hal ini rumah sakit dan apotik untuk menanyakan apakah ada pesanan obat atau tidak. Sehingga memerlukan pengeluaran berlebih untuk biaya transportasi. Selanjutnya sering adanya salah komunikasi antara PT. Kallista Prima Bekasi dan pelanggan karena pesanan yang telah dikirim ke PT. Kallista Prima Bekasi terkadang terselip ataupun terlewat untuk diproses sehingga mengakibatkan kesimpang siuran informasi.

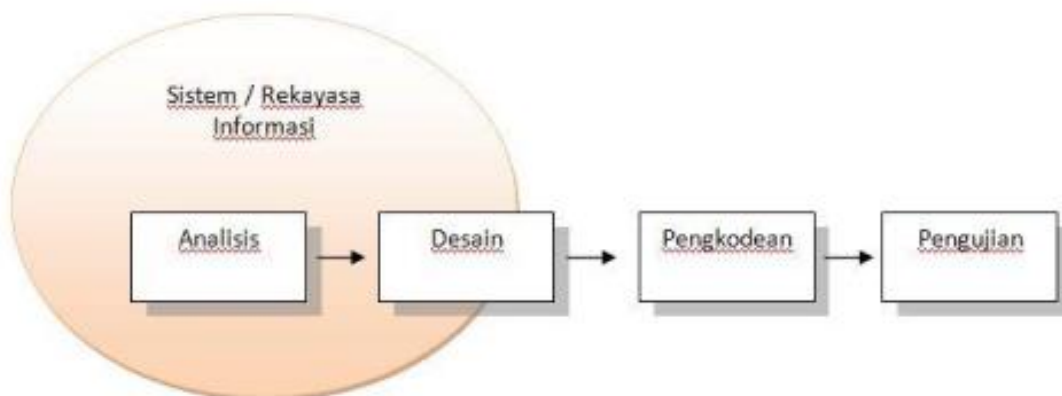
Berdasarkan permasalahan yang terjadi pada PT. Kalista Prima Bekasi tersebut, maka dibutuhkan sistem informasi penjualan obat berbasis *website* untuk mencoba membantu memberikan kemudahan pada PT. Kalista Prima Bekasi dalam berjualan dan memasarkan produk-produknya melalui dunia maya dengan menghadirkan sebuah *website e-commerce*. Dalam membangun *website* ini peneliti menggunakan metode *waterfall* dan dibantu dengan *software* pengembangan *website* sublime dan menggunakan bahasa pemrograman php, html, css, serta menggunakan *framework* codeigniter dan bootstrap. Dengan hadirnya *website e-commerce* tersebut diharapkan mampu menjadikan PT. Kalista Prima Bekasi menjadi terlihat

lebih eksklusif dan dapat mengembangkan usaha serta dapat ikut meramaikan bisnis *e-commerce* di Indonesia.

Ruang lingkup penelitian dibagi menjadi dua bagian, yaitu *front end website* dan *back end website*. Pada bagian *front end website*, bagian ini merupakan bagian yang dapat diakses oleh pengunjung PT. Kallista Prima Bekasi, didalamnya terdapat halaman utama, home, profil perusahaan, prosedur pembelian dan pendaftaran pelanggan. Selain itu terdapat login, katalog barang, buat pesanan, monitoring pesanan, lihat surat pesanan, buat konfirmasi pembayaran yang hanya dapat diakses oleh pengunjung yang telah terdaftar sebagai pelanggan PT. Kallista Prima Bekasi. Selanjutnya ada bagian *back end*, halaman ini dikelola oleh admin web PT. Kallista Prima Bekasi yang memiliki kontrol untuk mengelola web dan transaksi pesanan masuk. Pada bagian ini didalamnya terdapat tambah barang, *update* barang, buat faktur, lihat surat pesanan, monitoring pesanan masuk, lihat konfirmasi bayar.

2. Metode Penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan pengumpulan data yaitu dengan 1) observasi peneliti melakukan kegiatan observasi dengan mengamati langsung sistem kerja pada PT. Kallista Prima Bekasi yang berada di daerah Galaxy Bekasi, selama satu bulan untuk mendapatkan informasi mengenai sistem kerja serta prosedur transaksi penerimaan pesanan dan penjualan obat pada PT. Kallista Prima Bekasi. Selain itu peneliti juga melakukan pengamatan pada situs web penjualan barang atau sejenisnya untuk mendapatkan referensi dalam pembuatan website. 2) Wawancara, untuk meyakinkan peneliti bahwa data yang diperoleh adalah akurat maka peneliti melakukan wawancara langsung terhadap bagian penjualan yang bernama Heri Irawan untuk mendapatkan informasi mengenai penerimaan pesanan dan bagian gudang Wildan Miherdian untuk mendapatkan informasi mengenai transaksi pengeluaran barang. Selain untuk meyakinkan peneliti metode ini juga bertujuan untuk mencari informasi guna melengkapi data yang dibutuhkan dalam pembuatan website. 3) Studi pustaka, melakukan studi pustaka melalui buku-buku tentang pengembangan website. Selain itu mencari referensi melalui internet. Metode yang digunakan pada pengembangan perangkat lunak ini menggunakan metode *Waterfall* (Air Terjun) yang terbagi dan memiliki tahapan tahapan, yaitu: Analisa kebutuhan, desain sistem, pembuatan kode program dan pengujian.

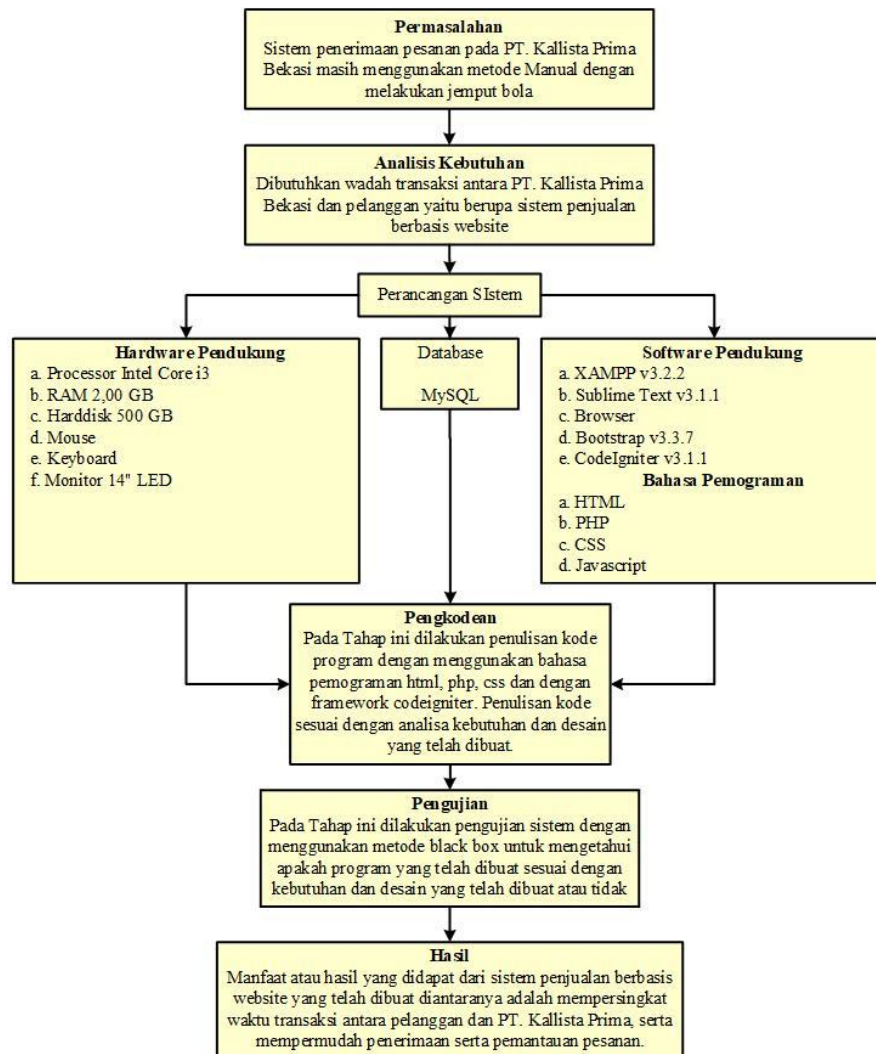


Sumber: [Sukanto and Shalahuddin, 2013]

Gambar 1. Model Air Terjun

Dalam analisa kebutuhan menjelaskan mengenai teori tentang perangkat lunak yang dibutuhkan dalam pembuatan website. Seperti Mysql yang berfungsi sebagai penyimpanan data dan pengelola database, XAMPP sebagai *web server*, *Google Chrome* ataupun *software browser website* sejenis yang berfungsi untuk menjalankan hasil program yang dibuat. Menganalisa kebutuhan pengunjung (*front-end*) yang dibutuhkan agar sesuai dengan website yang akan dibuat. Diantaranya beranda, katalog produk, *login* pelanggan, daftar pelanggan, panduan berbelanja, dan monitoring pesanan. Selain dari sisi pengunjung menganalisa kebutuhan admin (*back-end*). Diantaranya, *login*, beranda, data barang, input barang baru, update data barang, kelola transaksi masuk, monitoring pesanan, buat faktur, data konfirmasi

pembayaran dan laporan-laporan. Pada tahap desain, merancang *user interface*, *Entity Relationship Diagram (ERD)*, *use case diagram*, *activity diagram*, *sequence diagram* dan *struktur navigasi*. Pada tahap ini kerangka pemikiran yang merupakan langkah-langkah yang akan dilakukan, bertujuan untuk menyelesaikan kendala yang terdapat pada PT. Kallista Prima Bekasi dalam bertransaksi dengan pelanggan. Adapun kerangka pemikiran yang digunakan beserta penjelasannya sebagai berikut pada gambar 2.



Sumber: Hasil Penelitian (2019)

Gambar 2. Kerangka Pemikiran Sistem Informasi Penjualan Obat Berbasis Website

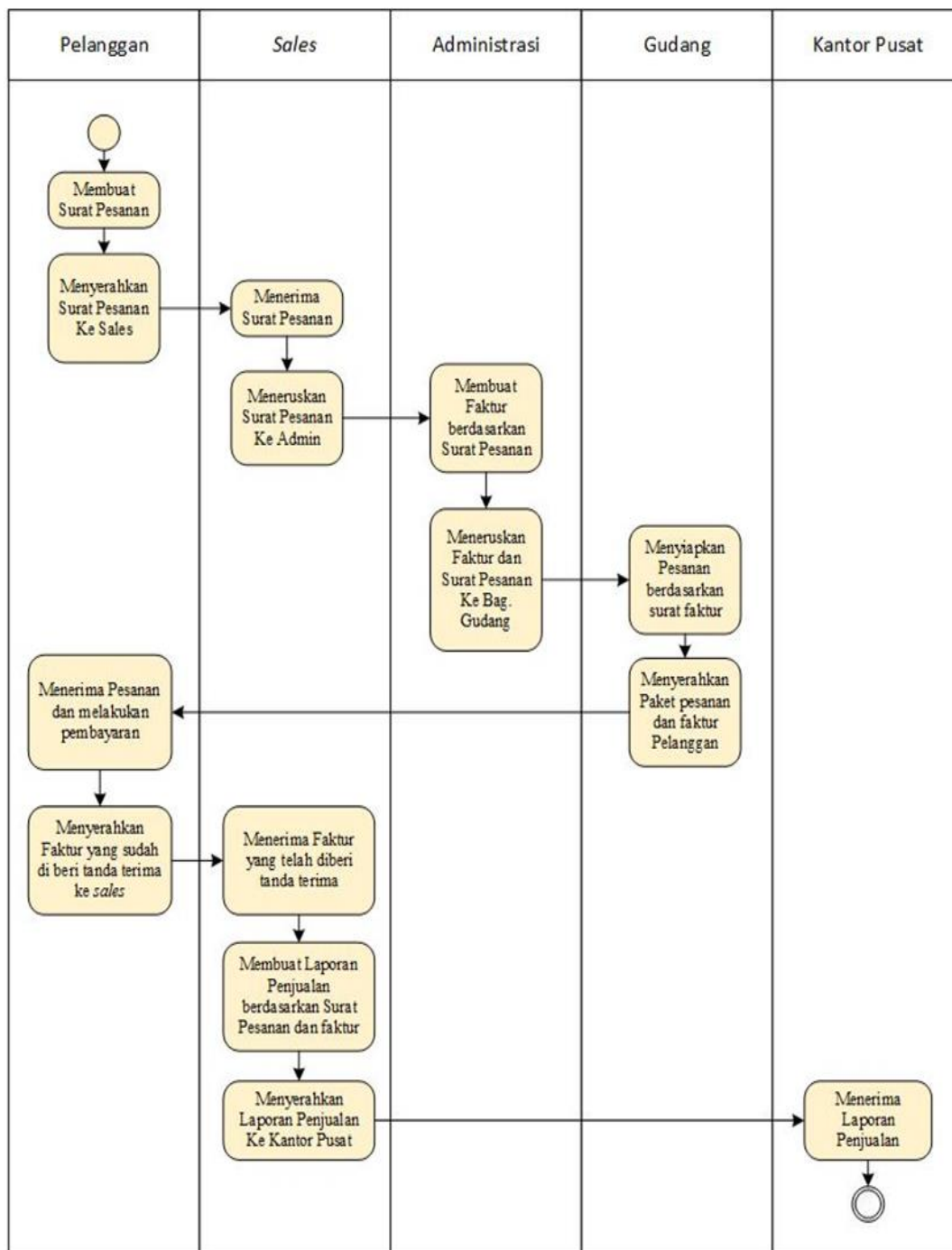
3. Hasil dan Pembahasan

Pada hasil dan pembahasan dibagi menjadi tiga tahapan yaitu pertama proses bisnis sistem berjalan, yang kedua perancangan sistem dan yang ketiga implementasi program. Untuk perancangan desain dengan *Unified Modeling Language (UML)* [Sugiarti, 2013].

3.1. Proses Bisnis Sistem Berjalan

Perencanaan sistem yaitu menganalisa proses-proses sistem yang berjalan pada perusahaan yaitu proses bisnis sistem. Proses bisnis sistem utama pada PT. Kallista Prima Bekasi yaitu dari proses pemesanan obat sampai proses pembuatan laporan, yaitu: Tahap pemesanan obat dilakukan oleh pelanggan dengan cara membuat surat pesanan yang ditujukan ke bagian sales PT. Kallista Prima Bekasi, setelah sales menerima surat pesanan dan mencatat adanya pesanan masuk, maka surat pesanan diserahkan ke bagian admin PT. Kallista Prima Bekasi untuk dibuatkan faktur penjualan. Kemudian bagian admin menyerahkan faktur penjualan dan surat pesanan ke bagian gudang. Selanjutnya bagian gudang menyiapkan

barang pesanan sesuai surat pesanan dan faktur, setelah dipacking barang dan faktur diserahkan ke tim kurir untuk diantarkan ke pelanggan. Proses pembayaran dilakukan *cash on delivery* untuk pelanggan baru dan dalam waktu tertentu untuk pelanggan yang sudah bisa dipercaya. Setelah barang diterima, faktur yang telah diberi tanda terima diserahkan kembali ke bagian sales. Pembuatan laporan penjualan dilakukan oleh bagian sales berdasarkan catatan pesanan masuk dan faktur penjualan yang sudah diberi tanda terima. Laporan penjualan yang telah dibuat kemudian dikirim untuk ditujukan ke kantor pusat. Gambar 3 berikut ini adalah *activity diagram* proses bisnis pemesanan barang atau penjualan barang di PT. Kallista Prima Bekasi.

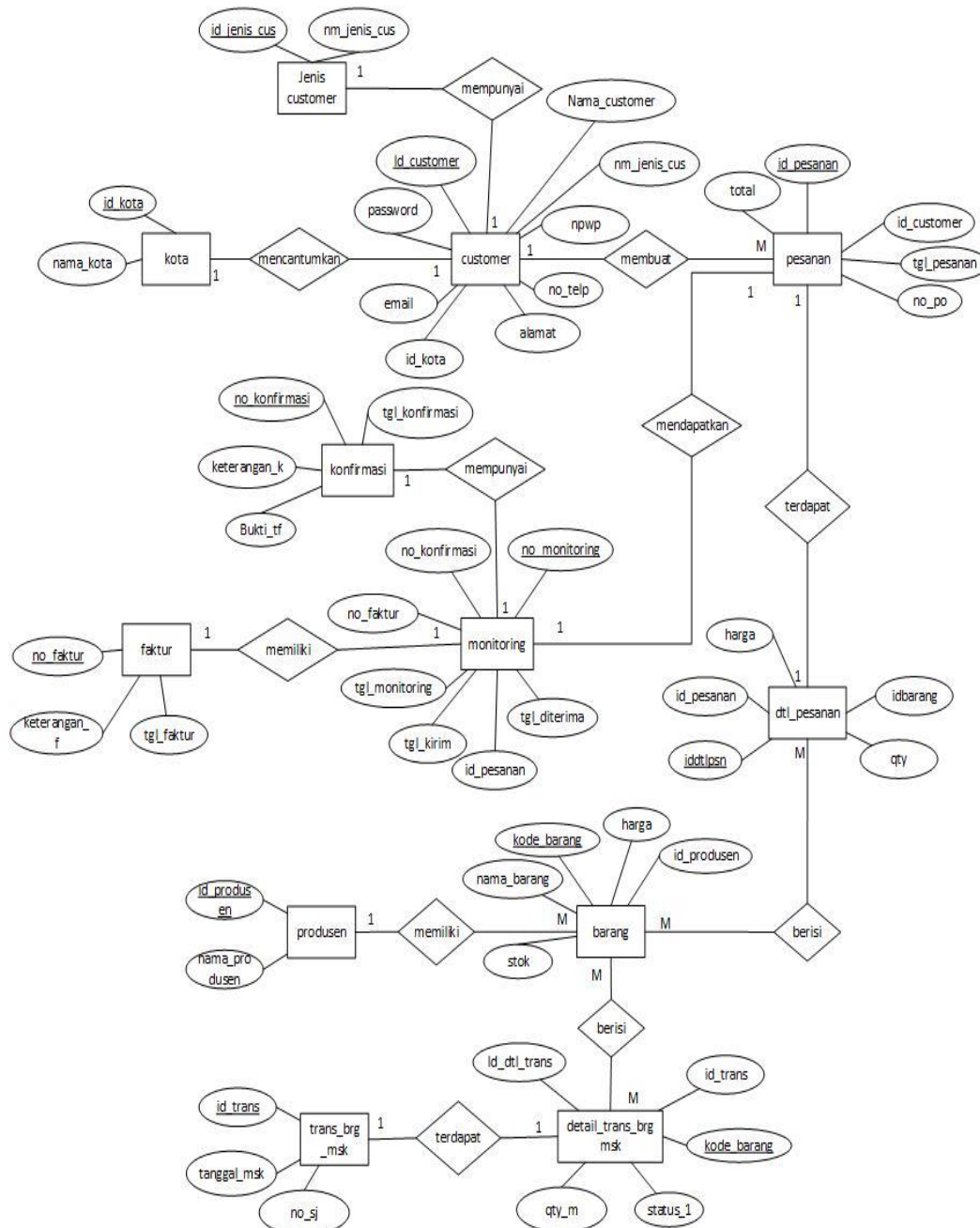


Sumber: Hasil Penelitian (2019)

Gambar 3. Activity Diagram Proses Bisnis Sistem Berjalan

3.2. Perancangan Sistem

Pada tahap ini merupakan perancangan sistem sesuai dengan kebutuhan. *Entity Relationship Diagram (ERD)*, ERD merupakan rancangan basis data yang berhubungan dengan tabel lain sehingga terbentuk relasi didalam database sebuah sistem. *Entity Relationship Diagram* merupakan pemodelan hubungan struktur tabel didalam database. Gambar 4 berikut ini adalah ERD yang digunakan untuk website penjualan online PT. Kallista Prima Bekasi.

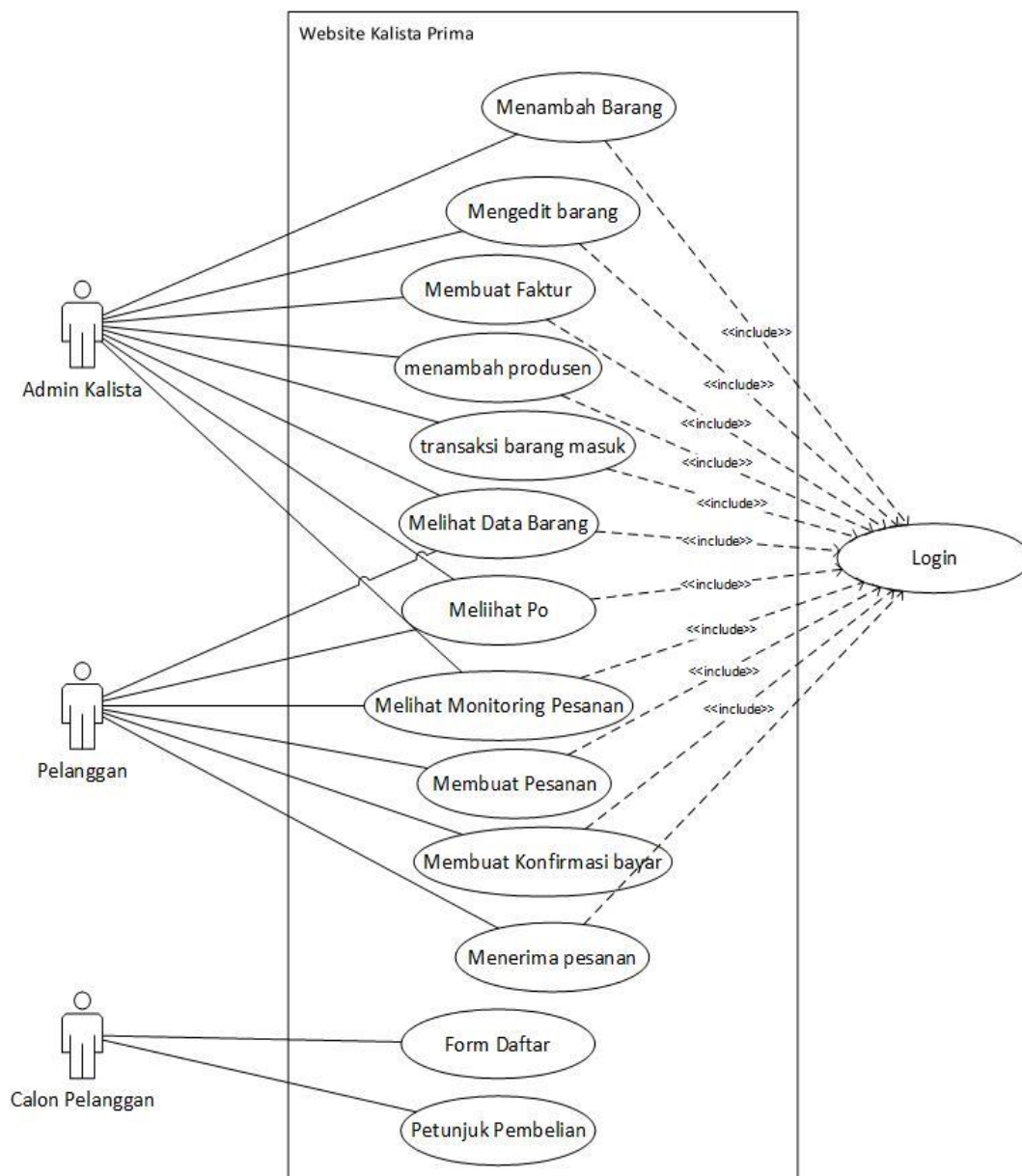


Sumber: Hasil Penelitian (2019)

Gambar 4. *Entity Relationship Diagram* Sistem Infomasi Penjualan Obat Berbasis Website

Use case diagram merupakan pemodelan untuk kelakuan (*behavior*) sistem informasi yang akan dibuat. *Use case* mendeskripsikan sebuah interaksi antara satu atau lebih aktor dengan sistem informasi yang akan dibuat, *use case* digunakan untuk mengetahui fungsi apa

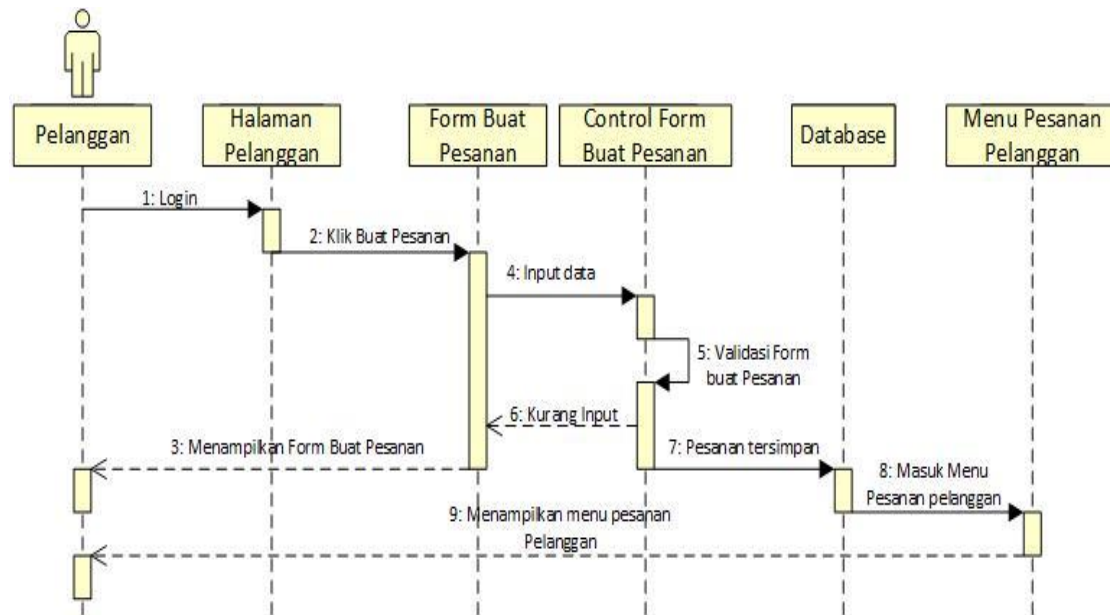
saja yang ada didalam sebuah sistem informasi dan siapa saja aktor yang berhak menggunakan fungsi fungsi tersebut. Gambar 5 berikut ini merupakan proses usulan dengan *use case diagram* keseluruhan sistem penjualan berbasis *website*.



Sumber: Hasil Penelitian (2019)

Gambar 5. *Use Case Diagram* Sistem Informasi Penjualan Obat

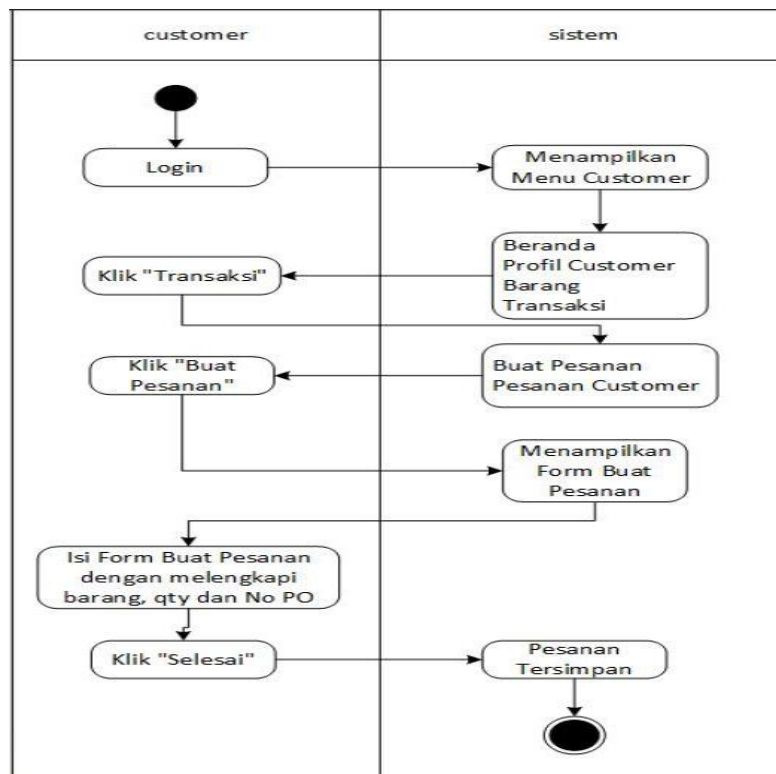
Pada gambar 5 merupakan tampilan dari *use case diagram* sistem informasi penjualan obat PT. Kallista. Pengguna yang dapat mengakses sistem informasi penjualan tersebut yaitu admin PT. Kallista, pelanggan dan calon pelanggan. Untuk calon pelangga disini yang hanya mengakses tanpa *login* terlebih dahulu. Sedangkan pada gambar 6 merupakan tampilan *sequence diagram* pemesanan. Pelanggan dapat langsung login jika sebelumnya telah terdaftar kemudian dapat masuk kedalam halaman pelanggan dan membuat pesanan.



Sumber: Hasil Penelitian (2019)

Gambar 6. Sequence Diagram Pemesanan

Gambar 6 merupakan aktivitas dari *sequence diagram* buat pesanan yang menggambarkan interaksi antar objek di dalam sebuah sistem buat pesanan *Activity diagram* buat pesanan menggambarkan aktivitas pelanggan membuat pesanan dengan menggunakan *website* kalista dalam keadaan sudah *login*. Gambar 7 berikut ini adalah *activity diagram* pemesanan di PT. Kallista.



Sumber: Hasil Penelitian (2019)

Gambar 7. Activity Diagram Pemesanan

3.3 Implementasi Program

Form login pelanggan digunakan oleh pelanggan untuk melakukan *login* dan masuk kedalam menu utama halaman pelanggan di sistem website PT. Kallista Prima Bekasi. Gambar 8 berikut ini merupakan tampilan *form login* pelanggan.

Sumber: Hasil Penelitian (2019)

Gambar 8. Halaman *Form login* Pelanggan

Form pemesanan digunakan oleh pengunjung *website* yang telah terdaftar sebagai pelanggan untuk membuat pesanan pembelian. Gambar 9 berikut ini merupakan halaman *form* pemesanan.

Sumber: Hasil Penelitian (2019)

Gambar 9. Halaman *Form Pemesanan*

4. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat di kemukakan dalam penelitian ini dengan adanya Sistem Informasi Penjualan Obat Berbasis Website pada PT. Kallista Prima Bekasi ini adalah sebagai berikut: 1) Dengan adanya sistem informasi penjualan berbasis website ini, dapat memudahkan pelanggan dan PT. Kallista Prima Bekasi dalam melakukan transaksi penjualan seperti pembuatan pesanan dan menerima pesanan. 2) Sistem penjualan melalui internet dapat

menjadi alternatif pemecah masalah dalam hal pemasaran dan penjualan, sehingga informasi mengenai kehadiran PT. Kallista Prima Bekasi sebagai perusahaan distributor obat dapat dikenal di kalangan konsumen dalam hal ini rumah sakit dan apotik. 3) Hasil dari pembuatan sistem informasi penjualan berbasis website ini dapat memberikan informasi yang akurat, memperjelas dan mempermudah dalam pengolahan data transaksi yang masuk, yang pada akhirnya dapat mempermudah pembuatan laporan penjualan.

Referensi

- Pradana M. 2016. Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia. Modus 27: 163.
- Rozi ZA, Community S. 2015. Bootstrap Design Framework. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sugiarti Y. 2013. Analisis Dan Perancangan Uml (Unified Modeling Language) Generated VB.6. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sukanto RA, Shalahuddin M. 2013. Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek.
- Windarto Y. 2016. Pengaruh Usability Factor Website E-Commerce Model B2c Terhadap Kepercayaan User Abstrak Kepercayaan pengguna (user trust) menjadi salah satu kunci keberhasilan bisnis e- commerce . Berikut ini beberapa definisi mengenai kepercayaan (trust); Trust is. J. Sist. Inf. 8: 1106–1120.