

Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Baju Berbasis Web Yang Juga Dapat Di Sebut Sebagai Olshop Dikalangan Mahasiswa Iisip Yapis Biak.

Analysis and Design of a Web-Based Clothing Sales Information System Which Can Also Be Called An Olshop Among IISIP Yapis Biak Students.

**Muh. Ridwan Yunus
Liliana**

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik IISIP Yapis Biak Papua

ABSTRAK

Internet merupakan ikon dari perkembangan teknologi dan informasi di era globalisasi saat ini . Semua orang didunia telah mengenal & menggunakan internet dengan baik, hal tersebut membuat setiap individu terus berusaha mengikuti perkembangan teknologi yang ada, sehingga pengetahuan semakin bertambah & gaya hidup pun semakin praktis seiring perkembangan zaman. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui cara menghasilkan suatu sistem yang dapat mengelolah dan menjual baju berbasis web di kalangan IISIP Yapis Biak dan Untuk mengetahui cara mendapatkan informasi membuat webside online. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapaun analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dengan adanya sistem informasi penjual dan promosi penjualan berbasis web ini di harapkan dapat lebih meningkatkan produktifitas dalam penjualan dan promosi online shop di biak ini terutama di kampus IISIP Yapis Biak. Webside ini diharapkan dapat memudahkan pengunjung atau member, dalam hal melakukan transaksi di manapun berada dan memudahkan member untuk mengetahui produk penjualan.

Kata Kunci: Analisis dan perencanaan, Sistem Informasi, Penjualan, Berbasis Web.

ABSTRACT

The internet is an icon of the development of technology and information in the current era of globalization. Everyone in the world knows & uses the internet well, this makes each individual continue to try to keep up with existing technological developments, so that knowledge is increasing & lifestyles are becoming more practical along with the times. The purpose of this research is to find out how to produce a system that can manage and sell web-based clothes among IISIP Yapis Biak and to find out how to get information on creating an online webside. The method used in this study is a qualitative research method with data collection techniques using observation, interviews and documentation. The data analysis used is qualitative analysis. The results of this study indicate that the existence of a seller information system and web-based sales promotion is expected to further increase productivity in online shop sales and promotions in Biak, especially on the IISIP Yapis Biak campus. This website is expected to make it easier for visitors or members, in terms of making transactions wherever they are and making it easier for members to find out sales products.

Keywords: Analysis and planning, Information Systems, Sales, Web-Based

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya sistem informasi saat ini banyak sistem informasi

saat ini pada organisasi yang ingin mencapai tahapan sistem informasi secara cepat, relevan dan akurat. Pesatnya pertumbuhan ilmu pengetahuan teknologi khususnya di bidang komputer di setiap aspek kehidupan dan penggunaan teknologi khususnya di bidang komputer di setiap aspek dan penggunaan teknologi komputer dan teknologi komunikasi yang menghasilkan sebuah penggabungan sistem informasi yang saat ini mudah untuk di akses tanpa adanya batasan waktu dan jarak dengan menggunakan jaringan internet. Salah satu bisnis yang menjadi trend terbaru di masyarakat ini adalah belanja online

Pada saat ini sistem penjualan produk melalui internet sedang berkembang pesat, banyak perusahaan hingga masyarakat menggunakan internet. Tidak di pungkiri lagi pada saat ini teknologi informasi telah banyak mengubah proses bisnis di kalangan masyarakat, hingga perusahaan-perusahaan mengubah cara penjualan mereka menjadi secara online. Aktivitas - aktivitas yang dahulu dilakukan secara manual seperti berbelanja ke toko kini dapat di lakukan secara online melalui media internet.

Internet merupakan ikon dari perkembangan teknologi dan informasi di era globalisasi saat ini. Semua orang di dunia telah mengenal & menggunakan internet

dengan baik, hal tersebut membuat setiap individu terus berusaha mengikuti perkembangan teknologi yang ada, sehingga pengetahuan semakin bertambah & gaya hidup pun semakin praktis seiring perkembangan zaman. Dari desa hingga perkotaan kini telah menggunakan kecanggihan internet untuk melakukan aktifitas sehari-hari bahkan untuk memenuhi kebutuhan sehingga menjadikan internet sebagai bahan sarana promosi penjualan produk secara online. Online adalah keadaan terkoneksi dengan jaringan internet. Dalam keadaan online kita dapat melakukan kegiatan secara aktif sehingga dapat menjalin komunikasi baik komunikasi satu arah membaca berita dan artikel dalam website, maupun komunikasi dua arah seperti chatting dan saling berkirim email. Website atau biasa di sebut web adalah suatu kumpulan-kumpulan halaman yang menampilkan berbagai macam informasi teks, data, gambar, diam ataupun bergerak, data animasi, suara, video maupun gabungan dari semuanya. Penjualan dan pemberian online kadang hanya dilandasi oleh kepercayaan, artinya pelaku jual beli kadang tidak jelas maka banyak yang memilih COD (cash on delivery) atau pembayaran di tempat serah terima barang.

Produk yang ditawarkan oleh tiap situs-situs penjualan online sangat bermacam-macam sehingga tidak membatasi ruang dan waktu konsumen untuk melakukan pemesanan barang. Salah satu produk yang sangat memungkinkan dan sangat mudah untuk dijual secara online adalah baju.

Grup biak dagang adalah dimana salah satu grup yang sengaja di buat untuk mempromosikan suatu barang dagangan . Produk yang di tawarkan oleh anggota grup biak dagang yaitu bermacam-macam . Tersedia berbagai macam produk yang di tawarkan oleh anggota biak dagang seperti makanan, kue, tas, sepatu hingga barang bekas. Akan tetapi sistem penjualan masih menggunakan aplikasi facebook sehingga jangkauanannya minim hanya yang bergabung di biak dagang saja yang bisa memesan barang. Baju sangat berkaitan dengan fashion yang merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat di era modern saat ini, sehingga minat untuk berbelanja pun semakin tinggi. Bisnis yang berkaitan dengan baju akan sangat menguntungkan dan sangat memungkinkan untuk dilakukan. Seperti yang kita ketahui salah satu kekurangan dari sistem penjualan online adalah pelanggan tidak dapat mencoba, mengukur, meraba dan merasakan secara langsung produk-produk yang ditawarkan secara online. Akan tetapi

baju memiliki ukuran, berat, serta bahan yang digunakan yang dapat di dideskripsikan secara jelas melalui media internet sehingga memudahkan pelanggan untuk memilih produk (Baju) yang ditawarkan secara online. Selain memiliki prospek bisnis yang baik. Online shop terhitung sangat mudah di jalankan dan murah karna tidak membutuhkan modal yang besar hanya perlu mengupload foto produk serta akses internet untuk menjalankannya, bisnis online shop ini sudah dapat dijalankan sebagaimana yang telah di jelaskan di atas bahwa karakteristik baju sangat ideal untuk dijual secara online. Selain itu baju juga sangat mudah dalam proses pengiriman (delivery) produk kepada pelanggan.

Berdasarkan hal-hal di atas, dalam penyusunan tugas akhir penulisan ini akan membuat sebuah analisis dan perancangan sistem informasi penjualan baju berbasis web yang juga dapat di sebut sebagai olshop dikalangan IISIP Yapis Biak. Dengan aplikasi ini perusahaan atau penjual dapat mengelola kegiatan administrasi penjualan, tanpa bingung harus mencatat setiap pemesanan konsumen. Keuntungan yang di peroleh dengan menggunakan aplikasi Web bisa membantu memudahkan penjual untuk menghemat waktu mencatat pesanan dan sekaligus memudahkan konsumen untuk

memesan dan membeli baju melalui media internet kapan saja dan dimana saja.

Pengertian komunikasi secara umum dapat dilihat dari dilihat dua segi, yaitu Pengertian Komunikasi Secara Etimologis Secara etimologis (asal katanya), komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu communication, bersumber dari kata communis yang berarti sama, dalam hal ini berarti membuat kebersamaan makna dalam suatu hal antara dua orang atau lebih. Jadi komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat dalam proses komunikasi itu terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Jelasnya jika seseorang mengerti tentang sesuatu yang dinyatakan orang lain kepadanya, maka komunikasi sudah berlangsung. Namun jika seseorang tidak mengerti tentang sesuatu yang dinyatakan orang lain kepadanya, maka hal tersebut bukanlah suatu komunikasi. .

Pengertian Komunikasi Secara Terminologis Secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Pengertian tersebut menjelaskan bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Onong Uchyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi : Teori dan

Praktek, mengatakan komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh komunikator kepada komunikan. Sebuah definisi yang dibuat oleh kelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antar manusia (human communication) bahwa komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan

Banyak sekali definisi komunikasi yang berbeda-beda yang disampaikan oleh para ahli komunikasi. Menurut Anderson (1959) komunikasi adalah suatu proses dengan mana kita bisa memahami dan dipahami oleh orang lain. Komunikasi merupakan suatu proses yang dinamis dan secara konstan berubah sesuai dengan situasi yang berlaku. Sementara Berelson dan Steiner (1964) mendefinisikan komunikasi sebagai penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol, seperti katakata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain. Miller (1996) mengatakan bahwa komunikasi pada dasarnya adalah penyampaian yang disengaja dari sumber terhadap penerima dengan tujuan mempengaruhi tingkah laku pihak penerima (Purba dkk, 2006 : 32-33).

Suatu proses komunikasi tidak hanya berupa memberitahukan dan mendengarkan saja, namun didalam suatu proses komunikasi harus mengandung pembagian ide, pikiran, fakta, ataupun pendapat dari satu orang kepada orang lain. Dari definisi-definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pengertian komunikasi adalah seni menyampaikan informasi (pesan, ide, sikap, gagasan) dari komunikator untuk merubah serta membentuk perilaku komunikan (pola, sikap, pandangan dan pemahamannya) ke pola dan pemahaman yang dikehendaki komunikator. Wilbur Schramm mengatakan dalam karyanya "Communication Research in the United States" bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (frame of reference), yakni paduan pengalaman dan pengertian (collection of experiences and meanings) yang pernah diperoleh komunikan (Effendy, 2005 : 13).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Adapun teknik pengumpul data yang digunakan adalah teknik wawancara dokumentasi dan observasi, adapun teknik analisis data menggunakan analisis kualitatif. Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti berada di Kampus IISIP Yapis Biak

berdomisili dikota biak. Dan sejumlah responden adalah mahasiswa dan Mahasiswi Kampus IISIP Yapis Biak yang sebagian besar melakukan cara berbelanja dengan sistem online

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data melalui wawancara adalah data primer yang di peroleh atau di kumpul langsung di lapangan oleh peneliti data primer di dapat dari sumber informan yaitu individu atau perseorangan

Dalam penelitian ini teknik penelitian adalah purposive sampling artinya informan di pilih secara sengaja ,dengan pertimbangan penelitian dapat di dekati informan yang di pilih di anggap mampu memberikan data atau informasi tentang apa yang akan di capai dalam penelitian ini . Ada pun penelitian ini terdiri dari 5 mahasiswa 4dosen . Dari masing – masing informan dapat menjelaskan serta memaparkan Bagaimana Cara Menghasilkan Suatu Sistem Yang Dapat Mengelolah Dan Menjual Baju Berbasis Web Di Lingkungan IISIP Yapis Biak

Dalam hal ini penjual harus mampu memberikan pelayanan kepada konsumen dengan cara semudah mungkin agar konsumen bisa lebih tertarik , bukan hanya dalam tertarik dengan jenis prodak yang di butuhkan tapi juga tertarik untuk selalu

menjadi pelanggan tetap dengan cara membuat sebuah webside . Berikut ini, hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti:

Menurut Asdar Mujahid , Jurusan Amd. Bisnis selaku mahasiswa IISIP Yapis Biak informan 1, mengatakan :“saya menggunakan online shop karena lebih mengefisienkan waktu. Jadi cukup buka smartphone terus tinggal lihat dan pilih barang mana yang kita inginkan dan juga , lewat online shopo harga lebih sedikit murah dibandingkan dengan yang langsung belanja ke toko .“(wawancara 19 juli 2017)

Berdasarkan hasil wawancara maka dapat di simpulkan bahwa memang benar dengan online shop kita bisa membeli barang yang ada di luar biak dengan cepat dan menghemat waktu dan kita bisa pesan di mana saja dan kapan saja .

Cara Mahasiswa Mendapatkan Informasi Membuat Webside Online Shop Dan Mengetahui Online Shop Abal Abal Di Lingakungan IISIP Yapis Biak. Menurut krisnawati(2010) peneliti yang terdapat pada jurnal nasional yang berjudul analisis perbedaan tingkat intensi melalui membeli media internet (onlineshop) .ini memberikan sumbangan dalam perkembangan terhadap bentuk-bentuk perilaku pada konsumen dalam

jual beli online shop .berikut hasil wawancara yang dilakukan peneliti :

Menurut Asdar Mujahid , Jurusan Amd. Bisnis selaku mahasiswa IISIP Yapis Biak informan 1 mengatakan :”saya setuju , karna kalau webside makin banyak lagi apa lagi jika di tambah kita juga mengetahui cara membuat webside itu sendiri seperti apa dan bagaimana cara menggunakan webside itu sendiri dan penjual produk juga baiknya memberikan informasi lebih rinci tentang perbedaan webside asli dan palsu .”(wawancara 19 juli 2017)

Berdasarkan hasil wawancara dapat di simpulkan sudah saat nya memanfaatkan teknologi yang ada seperti harus update tentang webside yang berkembang di dunia online shop .Teori uses and gratification pertama kali dijelaskan dalam artikel Elihu Kalz yang diterbitkan pada tahun 1959.Artikel Elihu Kalz tersebut merupakan reaksi atas tuduhan Bernad Barelson yang mengatakan dengan provokatif bahwa penelitian komunikasi telah mati.Kalz lalu mengatakan bahwa bila di masa lalu penelitian-penelitian komunikasi terpusat pada pertanyaan “apa yang dilakukan media terhadap audience/khalayak?” maka kini penelitian komunikasi saatnya membalik pertanyaan “apa yang dilakukan khalayak

terhadap media?" (Tankard and Severin 1997;330).

Teori ini mempertimbangkan apa yang dilakukan orang pada media, yaitu menggunakan media untuk pemuas kebutuhannya. Penganut teori ini meyakini bahwa individu sebagai makhluk supra rasional dan sangat selektif.

SIMPULAN

Dari analisis dan pembahasan Bab VI maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: Dengan adanya sistem informasi penjual dan promosi penjualan berbasis web ini di harapkan dapat lebih meningkatkan produktifitas dalam penjualan dan promosi online shop di biak ini terutama di kampus IISIP Yapis Biak Webside ini diharapkan dapat memudahkan pengunjung atau member, dalam hal melakukan transaksi di manapun berada dan memudahkan member untuk mengetahui produk penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

Amanah, Andi Nuraimmah. 2017. "Pengaruh Situs Jejaring Sosial Facebook Terhadap Tingkat Kenakalan Remaja di BTN Berlian Permai Kelurahan Tamangapa". (<http://repository.uin-alauddin.ac.id>) [Diakses : 20 April 2018].

Ardianto, Elvinaro. 2004. Komunikasi Massa (Suatu Pengantar). Bandung; Simbiosis Rekatama Media.

Bungin, H.M. Burhan. 2009. Sosiologi Komunikasi. Surabaya: Kencana.

Daryanto, Kamus Bahasa Indonesia Lengkap. Surabaya :Apollo.

Madcoms. 2010. Facebook, Twitter dan Plurk dalam Satu Genggaman. Yogyakarta: ANDI.

McQuail. 2005. Teori Komunikasi Massa, Terjemahan:Putri Iva Izzati. Jakarta: Salemba Humanika.

Mulyana, Dedy. 2002. Pengantar Ilmu Komunikasi, Bandung: Remadja Rosdakarya.

Mursito. 2006. Memahami Institusi Media (Sebuah Pengantar). Surakarta: Lindu Pustaka

Notoatmodjo, S. 2007. Promosi kesehatan dan Ilmu Perilaku. Jakarta: Rineka Cipta.

Nurudin. 2014. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada.

Rezky M. 2009. Menjeleajah Internert. Bekasi; Cahaya Pustaka Raga.

Ruslan, Rosady. 2005. Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi. Jakarta : RajaGrafindo Persada.

Sarwono, Sarlito W. 2012. Pengantar Psikologi Umum. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Setyani, Novia Ika. 2013. "Penggunaan Media Sosial sebagai sarana komunikasi bagi Komunitas" dalam Jurnal Komunikasi. Surakarta.

Sudijono, Anas. 2003. Pengantar Statistik Pendidikan. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. 2001. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RND. Bandung: Alfabeta.

Uchjana Effendy, Onong. 1990. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Widiantri Komang Sri dan Herdianto Yohanes Kartika. 2013. "Perbedaan Intensitas Komunikasi Melalui Jejaring Sosial antara Tipe Kepribadian

Ekstrovert dan Introvert pada Remaja”,
dalam Jurnal Psikologi Udayana.
Vol.1, No. 1, Hal. 106-115.

Zarella, D. 2010. The Social Media
Marketing Book. Jakarta: PT Serambi
Ilmu Semesta Anggota IKAPI