

PENERAPAN E-COMMERCE MENGGUNAKAN METODE BUSINESS MODEL CANVA DAN FISHBONE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA RINGS4GIRLS

Implementation Of E-Commerce Using Canva And Fishbone Business Model Method To Increase Sales At Rings4girls

¹Sharmila Maharani*, ²Damar Suryo Sasono, ³Stefanus Ndala,
⁴Wahyu Cipta Ningrum, ⁵Sitti Khairul Bariyyah

¹Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Yapis Papua

^{2,3,4}Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Yapis Papua

⁵Budidaya Perairan, Fakultas Perikanan, Universitas Yapis Papua

*e-mail: sharmilamaharani09@gmail.com

Abstrak

Perkembangan internet dan teknologi yang memudahkan pengguna semakin mempengaruhi sektor bisnis, termasuk usaha kecil seperti Rings4Girls. Rings4Girls adalah sebuah bisnis yang bergerak di bidang penjualan cincin dan gelang dengan hiasan manik-manik. Saat ini, proses penjualan di Rings4Girls masih dilakukan secara manual, mulai dari pemilihan produk, proses pembayaran, hingga pengelolaan pesanan. Hal ini menyebabkan kinerja yang kurang optimal dan tidak efisien. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan sistem *e-commerce* guna meningkatkan penjualan dan efisiensi operasional di Rings4Girls. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Business Model Canvas* (BMC) untuk menyusun skema bisnis yang holistik dan berkinerja tinggi serta *Fishbone Diagram* (Ishikawa) untuk mengidentifikasi dan menganalisis penyebab masalah yang dihadapi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *e-commerce* mampu mengotomatisasi proses penjualan, meningkatkan manajemen stok, dan menyediakan laporan penjualan yang lebih akurat dan real-time. Selain itu, penggunaan *e-commerce* memperluas jangkauan pasar, meningkatkan jumlah pelanggan, dan memperbaiki layanan kepada pelanggan melalui pelacakan informasi dan riwayat pembelian.

Kata Kunci: Rings4Girls, Business Model Canvas (BMC), Fishbone

Abstract

The development of the internet and technology that makes it easier for users is increasingly influencing the business sector, including small businesses such as Rings4Girls. Rings4Girls is a business that sells rings and bracelets decorated with beads. Currently, the sales process at Rings4Girls is still done manually, starting from product selection, payment processing, to order management. This causes less than optimal and inefficient performance. This research aims to design and implement an e-commerce system to increase sales and operational efficiency at Rings4Girls. The method used in this research is the Business Model Canvas (BMC) to develop a holistic and high-performance business scheme and the Fishbone Diagram (Ishikawa) to identify and analyze the causes of the problems faced. The research results show that the implementation of e-commerce is able to automate the sales process, improve stock management, and provide more accurate and real-time sales reports. In addition, the use of e-commerce expands market reach, increases the number of customers, and improves service to customers through tracking information and purchase history.

Keywords: Rings4Girls, Business Model Canvas (BMC), Fishbone

1 Pendahuluan (or Introduction)

Rings4Girls adalah sebuah jasa yang bergerak di bidang penjualan cincin dan gelang dengan hiasan manik-manik dan menawarkan berbagai macam cincin dan gelang dengan desain yang berbeda-beda, memiliki berbagai macam warna, serta motif yang diinginkan. Penjualan Rings4Girls berlokasi di jalan Ahmad Yani, belakang ajendam, gurabesi, jayapura utara, kota jayapura, papua. Rings didirikan atas dasar ketertarikan owner terhadap kerajinan manik-manik dan memiliki ide untuk memasarkan produk tersebut. Rings juga memiliki owner lebih dari satu, seperti namanya Rings4Girls jadi owner tersebut terdiri dari empat orang. Penjualan produk tersebut memiliki proses yang dimana cincin dibuat dengan menggunakan manik-manik kemudian dipasarkan kepada pelanggan berupa cincin dan juga gelang.

Dalam proses penjualan pada Rings4Girls yang masih manual produk dipromosikan melalui mulut ke mulut dan sosial media seperti instagram dan whatsapp. Jika ada pelanggan yang tertarik dan berminat untuk membeli produk di sosial media Rings4girls, harus menghubungi terlebih dahulu melalui pesan langsung untuk melakukan pemesanan. Setelah pesanan dikonfirmasi, penjual akan memberikan detail pemesanan seperti nama penerima, No. handphone, alamat, dan total harga. Setiap ada pemesanan dari pelanggan dicatat menggunakan buku catatan dan alat tulis seperti jenis cincin yang terjual, jumlah, dan total harga. Proses pembayaran hanya melalui transaksi via COD, sehingga menyebabkan kinerja yang kurang optimal dan tidak efisien.

Permasalahan yang terdapat pada Rings4Girls yaitu kesulitan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan dikarenakan kurangnya strategi pemasaran yang efektif, Keterlambatan dalam pemrosesan pesanan atau kesulitan dalam mengelola pesanan dari pelanggan, terutama jika ada penjualan secara online, sulitnya melacak informasi pelanggan, riwayat pembelian, dan preferensi mereka untuk memberikan layanan yang lebih baik, sistem pembayaran kesulitan dalam mengelola transaksi pembayaran, dan pencatatan pembayaran yang tidak akurat.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti akan merancang sebuah sistem *e-commerce* untuk membantu Rings4Girls dalam mempromosikan atau menjual produknya.

Tujuan dari penelitian adalah untuk membangun aplikasi *e-commerce* menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) dalam menentukan strategi pemasaran produk Rings4Girls dan merancang *e-commerce* untuk proses penjualan dan pemesanan.

Diharapkan dapat membantu konsumen agar lebih mudah dalam melakukan pemesanan aksesoris di rings4girls. Proses pemesanan yang semula manual dapat diotomatiskan sehingga mengurangi kesalahan dan meningkatkan kenyamanan pelanggan. Sistem ini memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi. Proses pembayaran yang terintegrasi akan mempercepat transaksi dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi konsumen, serta pembuatan laporan penjualan lebih efektif dan dapat dihasilkan secara real-time.

2 Tinjauan Literatur (or Literature Review)

Penelitian ini mengenai Perancangan Sistem Informasi Penjualan Menggunakan Cms Wordpress Pada Toko Importir Laptop Bandung. Importir laptop merupakan sebuah retailer yang menjual laptop *second* yang berpusat di kota Bandung. Dalam mengembangkan penjualan selain menjual produk secara offline dan juga menawarkan produknya secara online. Permasalahan yang terjadi pada Importir laptop kurang maksimalnya pemasaran produk yang dijual dan ingin mengoptimalkan pembuatan laporan penjualan serta hambatan dalam pengolahan data. Berdasarkan permasalahan yang ada pada importir laptop, maka dari itu penulis melakukan perancangan dalam pembuatan sebuah website *E-Commerce* untuk memudahkan proses penjualan secara online. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian terapan (*Applied Research*). Kemudian mengimplementasikan sistem *E-Commerce* menggunakan *Content Management System* (CMS) wordpress dengan *plugin woocommerce*. Penelitian ini menghasilkan website *E-Commerce* yang dapat menunjang penjualan dan pengolahan data penjualan serta transaksi yang ada pada Importir laptop.

Penelitian ini mengenai Sistem Informasi *E-Commerce* Furniture Berbasis Web Pada Toko Mebel Ubaidillah Kamal Jepara Toko Mebel Ubaidillah Kamal Jepara merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang furniture. Sistem penjualan dan promosi masih menggunakan sistem konvensional. Dari kendala tersebut membutuhkan sebuah sistem informasi penjualan untuk mengelola. Dalam penelitian ini menggunakan Metode *Waterfall* dan Penelitian yang dilakukan menghasilkan sistem informasi *e-* (*sharmila maharani*), *Journal Of Technology and information System (J-TIS)*

commerce furniture berbasis web pada toko mebel Ubaidillah Kamal Jepara untuk memudahkan pembeli dalam melakukan pemesanan.

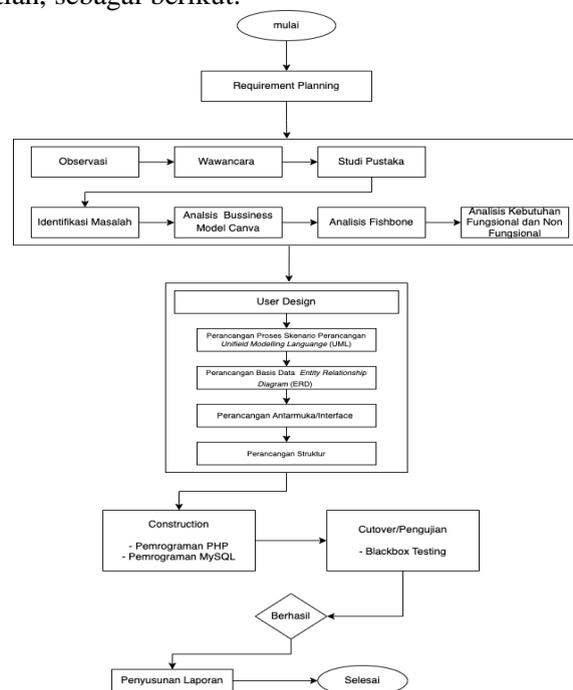
Penelitian ini mengenai Sistem Informasi *E-Commerce* Rumah Batik Desa Lambur 1 Tanjung Jabung Timur. Rumah Batik merupakan toko penjualan yang bergerak di bidang pembuatan batik seperti berbagai macam jenis batik ciri khas Tanjung Jabung Timur, kain dasar batik dan hasil kerajinan masyarakat, pada Rumah Batik memiliki kendala dalam memasarkan barang dagangannya, karena saat ini pelanggan Rumah Batik hanya datang langsung mengunjungi toko untuk melakukan pembelian produk, serta promosi produk hanya dari mulut ke mulut dan brosur, jarak rumah yang jauh dari lokasi toko. Maka dirancang sebuah sistem informasi *E-commerce* pada Rumah Batik Desa Lambur 1 Tanjung Jabung Timur dengan tujuan untuk mempermudah pemesanan produk, meningkatkan penjualan, dan mengurangi biaya promosi. Dalam penelitian ini menggunakan pemodelan *prototyping*, diharapkan dari hasil penelitian ini memudahkan pelanggan untuk melakukan pembelian, pemesanan serta konfirmasi pembayaran. Memudahkan administrator mengelola data barang, data pemesanan maupun pembelian produk. Untuk kedepannya analisis dan perancangan sistem *E-commerce* yang dirancang dapat digunakan pada Rumah Batik Desa Lambur 1 Tanjung Jabung Timu.

Setelah melakukan review jurnal terhadap beberapa penelitian terdahulu peneliti menemukan beberapa permasalahan yang belum sempat dipecahkan, yaitu belum ada penambahan fitur sistem chat untuk memberikan kemudahan kepada *costumer* ataupun penjual agar bisa berkomunikasi dengan baik, serta pemesanan yang sudah melakukan pembayaran harus melakukan konfirmasi pembayaran dengan manual atau dengan cara menghubungi *customer service*.

3 Metode Penelitian (or Research Method)

A. Alur Penelitian

Alur penelitian adalah sebuah proses, cara atau alur awal dalam mendesain atau membuat sistem informasi. Sebuah penelitian dapat terarah dan dengan mudah dipahami, maka peneliti membuat alur penelitian, sebagai berikut:



Gambar 1 Alur Penelitian

B. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan cara sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara pengamatan secara langsung terhadap situasi yang kompleks dan merupakan suatu proses yang tersusun secara biologis dan

psikologis yang mengutamakan pengamatan dan ingatan dari data yang tersedia. Dalam hal ini, observasi yang dilakukan yaitu untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Tujuan dari wawancara ini untuk mengetahui permasalahan yang ada pada produk tersebut dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan teori-teori, penelitian terdahulu, dan dokumen dari tempat memproduksi produk tersebut serta melakukan review penelitian terdahulu agar dapat mengetahui apa saja permasalahan yang adadan mencari pembeda agar penelitian ini dapat menjadi pelengkap dari penelitian-penelitian terdahulu.

C. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan yaitu metode *Business Model Canvas* dan *fishbone*. Metode *Business Model Canvas* dapat merencanakan strategi bisnis secara keseluruhan yang terdiri dari *Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, Cost Structure*.

1. Customer Segments

Masukan untuk elemen ini sebaiknya menambahkan segmen pelanggan agar meluas kedaerah lain seperti daerah diluar Papua. Strategi yang harus dilakukan adalah merancang sistem dengan fitur penjualan produk dan pengiriman menggunakan pihak ke-3 seperti JNE, JNT, POS dan lainnya sehingga hasilnya produk yang dibeli dapat kirim ke berbagai wilayah diluar Papua dengan menggunakan layanan pengiriman tersebut.

2. Value Proposition

Strategi yang perlu dilakukan adalah memperluas jangkauan bisnis yaitu secara offline dan online, melakukan update produk secara berkala sehingga dapat memuaskan konsumen. Dengan fitur kelola produk, pemilik dapat melakukan penambahan produk, *update* produk dan menjual produk-produk secara *online* dengan menggunakan sistem *ecommerce*.

3. Channels

Strategi untuk Channels Rings4Girl yaitu memanfaatkan *ecommerce* untuk memperluas channels dengan membuat aplikasi *ecommerce* yang bisa diakses secara *online* agar mampu menjual produk kepada pelanggan.

4. Customer Relationships

Masukkan untuk Customer Relationship adalah membuat potongan harga/diskon dari produk yang dijual. Strategi yang harus dilakukan adalah pemilik mengadakan diskon untuk produk-produk tertentu dihari-hari seperti Idul Fitri, Natal, Tahun Baru dengan merancang fitur *Voucher* yang bisa digunakan oleh pelanggan dihari tersebut.

5. Revenue Streams

Strategi yang harus dilakukan adalah menambah alternatif pembayaran seperti COD, Transfer Manual dan *E-Money*. Fitur yang dihasilkan adalah fitur pembayaran bisa menggunakan COD, Transfer manual ke bank yang telah ditentukan dan juga bisa menggunakan *e-money* seperti Gopay, OVO, Shoppay dan lainnya.

6. Key Resource

Strateginya adalah dengan penambahan intellectual yaitu teknologi (e-commerce and e-money) dan menggunakan layanan iklan dan promosi. Fitur yang dirancang adalah menampilkan *banner-banner* iklan yang menarik yang tampil pada halaman pelanggan, sehingga menarik minat untuk membeli produk.

7. Key Activities

Strategi untuk Rings4Girl adalah dengan merancang platform *online (e-commerce)*. Dengan fitur keranjang belanja yang tersedia, pelanggan dapat memilih produk-produk yang dipesan dan dapat menaruhnya dikeranjang belanja terlebih dahulu.

8. Key Partnership

Strategi kerjasama adalah bekerja sama dengan kurir pengantar barang. Adanya fitur pengantaran barang dengan kurir sehingga dapat membantu pemilik dalam mengirim produk

kepada pelanggan dengan cepat. Pemilik dapat mengatur biaya pengantaran oleh kurir dengan menganturnya di fitur pengantaran kurir.

9. Cost Structure

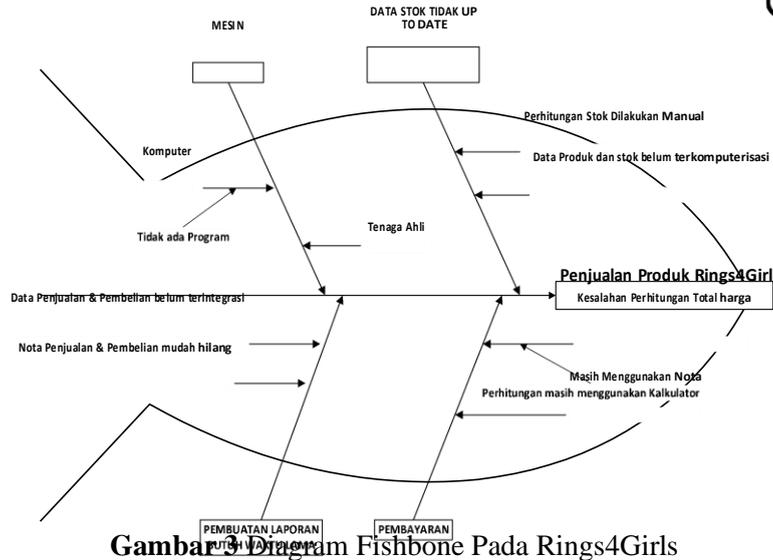
Strategi Cost Structure dengan merancang sebuah fitur laporan yang dapat digunakan oleh pemilik sehingga dapat melihat laporan-laporan penjualan produk.

Key Partnership	Key Activites	Value Proportion	Customer Relationship	Customer Segments
- Pemasok Bahan Baku - Adanya Kurir Pengantar barang	- Distribusi - Pembelian Produk dari Pelanggan - Platform online (e-commerce)	- Harga Terjangkau - Kualitas Terjamin - Kemudahan dalam berbelanja - Memperluas jangkauan bisnis (online atau offline) - Melakukan update produk secara berkala	- Katalog Online Di Instagram - Potongan harga/diskon di hari raya tertentu (Idul Fitri, Natal dan Tahun Baru)	- Masyarakat Kota Jayapura - Anak-Anak hingga Dewasa - Daerah diluar Papua
	Key Resources		Channels	
	- Peralatan untuk produksi - Sumber daya finansial - Sumber daya Intelektual - Video Promosi + Iklan		- Promosi orang ke orang - E Commerce	
Cost Structure		Revenue Streams		
- Pengeluaran kegiatan operasional dan biaya produksi		- Penjualan produk-produk dengan harga lebih fleksibel - Tambahan alternatif e-money (OVO, ShopeePay, Gopay dll)		

Gambar 2 Model BMC Rings4Girls

Pada metode *fishbone* terdiri dari Efek atau Masalah (*Effect/Problem*), Tulang Ikan (*Fishbone*), Penyebab-penyebab (*Causes*), Analisis Penyebab (*Cause Analysis*), Solusi atau Tindakan Perbaikan (*Solutions/Corrective Actions*). Melalui diagram ini dapat diketahui gambaran detail semua penyebab yang berhubungan penjualan produk Rings4Girl. Diperoleh informasi bahwa pelaksanaan penjualan produk dengan analisis *fishbone* terdiri dari:

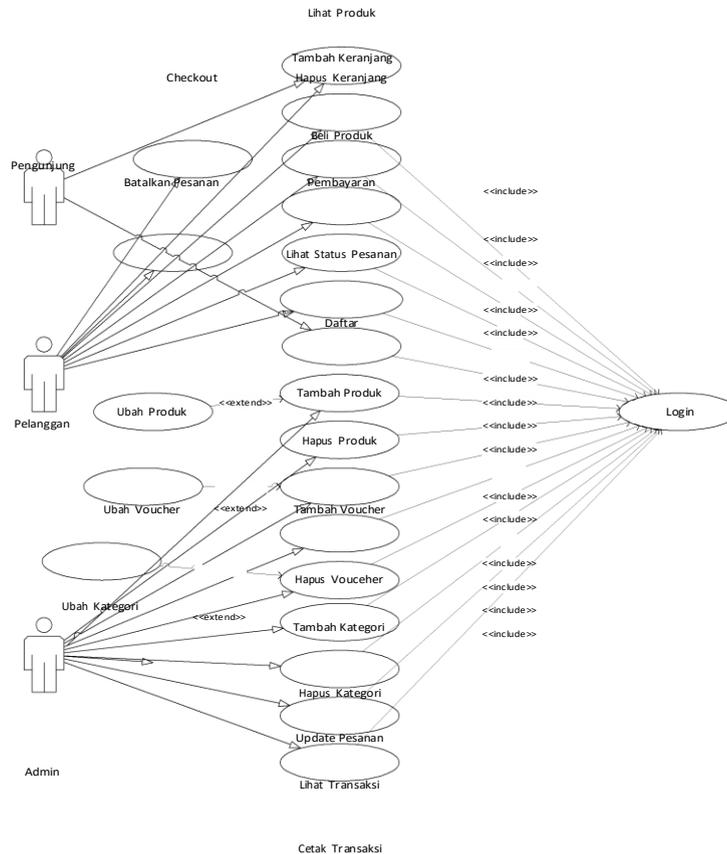
1. **Mesin (*Machine*)**. Sistem yang ada saat ini masih menggunakan cara lama dalam proses penjualan, tidak menggunakan program komputer dan juga tidak adanya tenaga ahli yang dapat mengelola komputer tersebut. Strategi yang harus dilakukan adalah mengimplementasi teknologi dalam proses penjualan sangat diperlukan untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi operasional dan pelatihan/pengembangan keterampilan karyawan. Hasilnya adalah rancangan fitur *ecommerce* seperti lihat produk, beli produk, menaruh produk kedalam keranjang belanja dan melihat status pesanan produk yang tampil dalam sebuah sistem aplikasi.
2. **Data Stok Tidak *Update***. Sistem saat ini dalam proses perhitungannya masih dilakukan dengan cara manual dan data produk serta stok belum terkomputersisasi sehingga menyebabkan keterlambatan dalam stok produk. Strategi yang harus dilakukan adalah dengan menggunakan sistem *ecommerce*, akan mempercepat pembaruan informasi stok dan mengurangi risiko kesalahan manual serta memantau stok secara *real-time*. Dengan merancang fitur kelola produk, pemilik dapat menambah produk, mengelola stok produk tersebut dan melihat stok barang yang tersedia saat ini.
3. **Pembuatan Laporan Butuh Waktu Lama**. Strategi yang harus dilakukan adalah membuat sebuah laporan dalam suatu sistem sehingga mempermudah pemilik dalam melihat laporan transaksi produk yang sudah terjual, laporan transaksi pelanggan, laporan pesanan. Dari strategi tersebut dihasilkan sebuah fitur laporan transaksi produk laporan transaksi pelanggan, *invoice* produk yang dikelola oleh pemilik.
4. **Metode Pembayaran**. Dengan strategi penerapan pembayaran menggunakan *e-money* sehingga dapat membuat transaksi jual beli menjadi lebih cepat dan efisien. Fitur yang dihasilkan adalah adanya metode pembayaran via COD, Transfer Manual dan *e-money* dengan menggunakan Gopay, Ovo, ShoppePay dan lainnya yang dapat membantu proses transaksi.
Adapun analisis-analisis tersebut ditunjukkan pada diagram *fishbone* seperti dibawah ini:



Gambar 3 Diagram Fishbone Pada Rings4Girls

D. Perancangan Sistem

Pada perancangan *use case diagram* yang akan dibuat terdapat 3 (tiga) aktor yaitu: admin, pelanggan dan pengunjung.



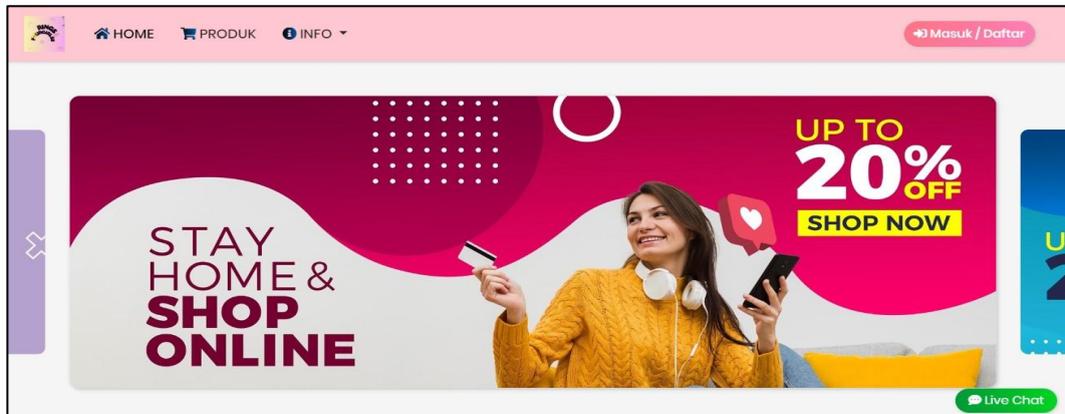
Gambar 4 Use Case Diagram

Use Case Diagram E-Commerce Rings4Girl yaitu dimana pengunjung hanya bisa melihat produk-produk yang ada dan mendaftar sebagai pelanggan. Pelanggan merupakan pengguna yang dapat melihat produk, melakukan transaksi pembelian, memasukkan produk ke keranjang, melakukan *checkout* pembayaran, membatalkan pesanan produk dan dapat melihat status pesanan produk yang dibeli. Admin yang memegang keseluruhan sistem dapat melakukan pengolahan data produk, data *voucher*, data kategori seperti menambah, mengubah dan menghapus data. Admin juga dapat melihat transaksi keseluruhan penjualan dan dapat mencetaknya.

4 Hasil dan Pembahasan (or Results and Analysis)

A. Tampilan Halaman Utama Pelanggan

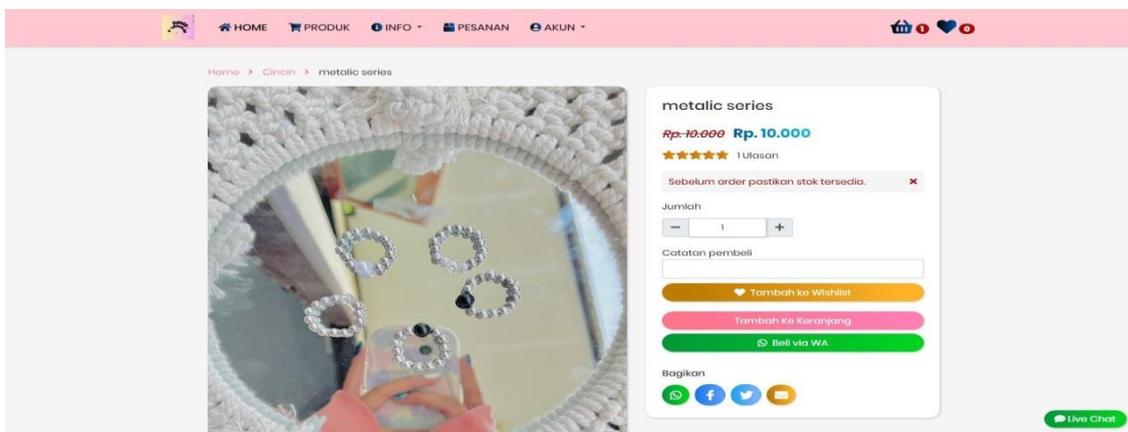
Tampilan halaman utama pelanggan merupakan halaman yang tampil pertama kali saat pelanggan dan pengunjung mengakses aplikasi *e-commerce* Rings4Girl. Halaman ini menampilkan *banner* iklan, daftar kategori-kategori produk, daftar produk-produk yang dijual dan lainnya. Adapun tampilan halaman utama pelanggan ditunjukkan pada gambar dibawah ini.



Gambar 5 Tampilan Halaman Utama Pelanggan

B. Tampilan Halaman Detail Produk

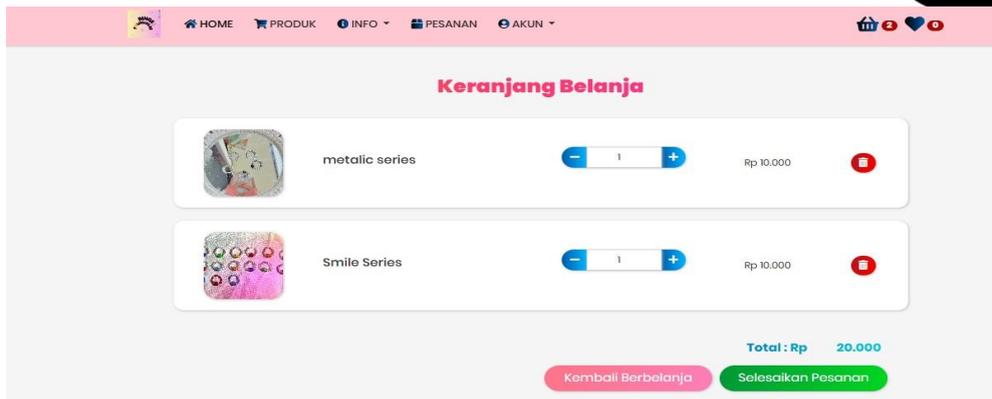
Tampilan halaman detail produk merupakan halaman yang tampil dan digunakan oleh pelanggan untuk melihat detail produk yang akan dibeli. Berisidata gambar produk, deskripsi produk, harga, jumlah yang dibeli, ulasan. Pelanggan dapat menambahkan produk ke keranjang belanja. Adapun tampilan halaman detail produk ditunjukkan pada gambar dibawah ini.



Gambar 6 Tampilan Halaman Detail Produk

C. Tampilan Halaman Keranjang Belanja

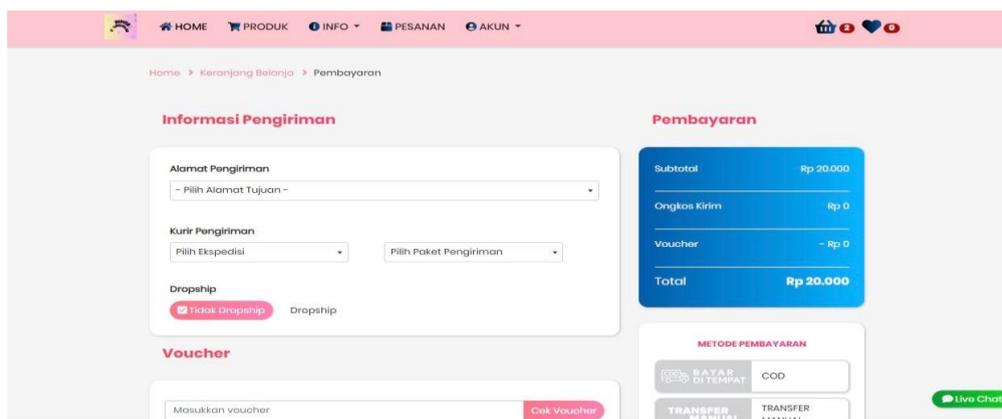
Tampilan halaman keranjang belanja merupakan halaman yang tampil dan digunakan oleh pelanggan untuk memasukkan produk-produk yang akan dipesan. Berisikan data seperti gambar, nama, jumlah yang dipesan, dan harga yang harus dibayarkan. Adapun tampilan halaman keranjang belanja ditunjukkan pada gambar dibawah ini.



Gambar 7 Tampilan Halaman Keranjang Belanja

D. Tampilan Halaman Pembayaran

Tampilan halaman pembayaran merupakan halaman yang tampil dan digunakan oleh pelanggan untuk melakukan transaksi pembayaran. Pelanggan mengisi data informasi pengiriman, memilih metode pembayaran, memilih voucher yang ada, melihat total pembayaran yang akan dibayarkan dan melihat produk yang akan dibayar. Adapun tampilan halaman pembayaran ditunjukkan pada gambar dibawah ini.



Gambar 8 Tampilan Halaman Pembayaran

E. Tampilan Halaman Status Pesanan

Tampilan halaman status pesanan merupakan halaman yang tampil dan digunakan oleh pelanggan untuk melihat detail status pesanan produk yang telah dipesan. Berisi data produk yang belum dibayar, yang sudah dikemas, sudah dikirim, selesai dan produk yang dibatalkan. Adapun tampilan halaman status pesanan ditunjukkan pada gambar dibawah ini.



Gambar 9 Tampilan Halaman Status Pesanan

F. Tampilan Halaman Login

Tampilan halaman *login* merupakan halaman yang tampil dan digunakan oleh admin untuk masuk kehalaman admin. Admin mengisi data *username* dan *password* dengan benar untuk masuk kehalaman admin. Adapun tampilan halaman *login* ditunjukkan pada gambar dibawah ini.



Gambar 10 Tampilan Halaman Login

G. Tampilan Halaman Utama Admin

Tampilan halaman utama admin merupakan halaman yang tampil saat admin telah melakukan *login*. Halaman ini admin dapat mengelola data produk, kategori, *voucher* promo, pengguna, pesanan, transaksi dan lainnya. Adapun tampilan halaman utama admin ditunjukkan pada gambar dibawah ini.



Gambar 11 Tampilan Halaman Utama Admin

H. Tampilan Halaman Daftar Produk

Tampilan halaman daftar produk merupakan halaman yang tampil dan digunakan oleh admin untuk mengelola data produk. Admin dapat menambahkan, mengubah, menghapus dan mencetak data produk. Adapun tampilan halaman daftar produk ditunjukkan pada gambar dibawah ini.

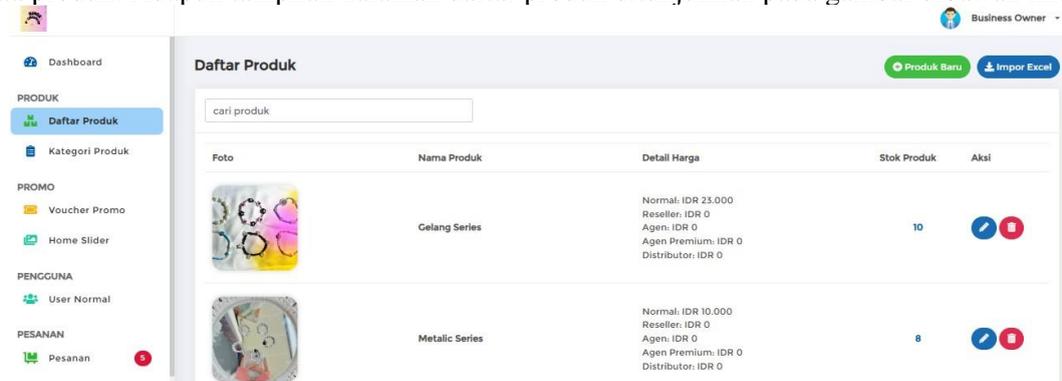
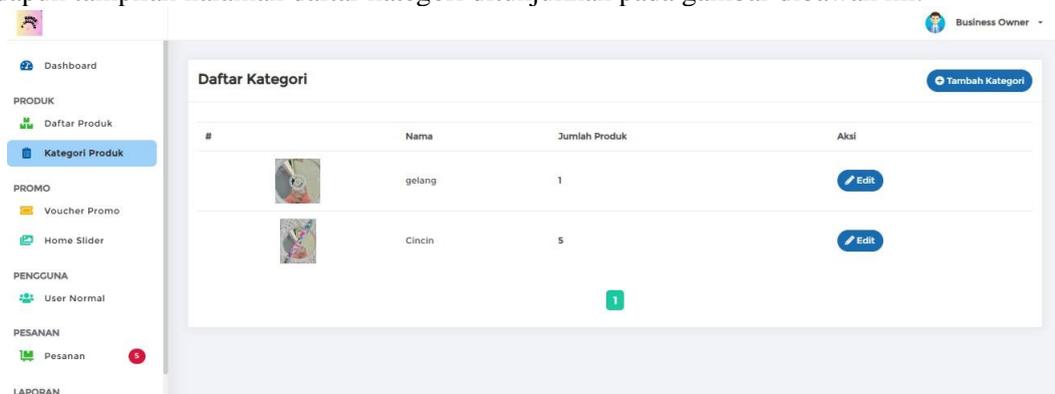


Foto	Nama Produk	Detail Harga	Stok Produk	Aksi
	Gelang Series	Normal: IDR 23.000 Reseller: IDR 0 Agen: IDR 0 Agen Premium: IDR 0 Distributor: IDR 0	10	 
	Metalic Series	Normal: IDR 10.000 Reseller: IDR 0 Agen: IDR 0 Agen Premium: IDR 0 Distributor: IDR 0	8	 

Gambar 12 Tampilan Halaman Daftar Produk

I. Tampilan Halaman Daftar Kategori

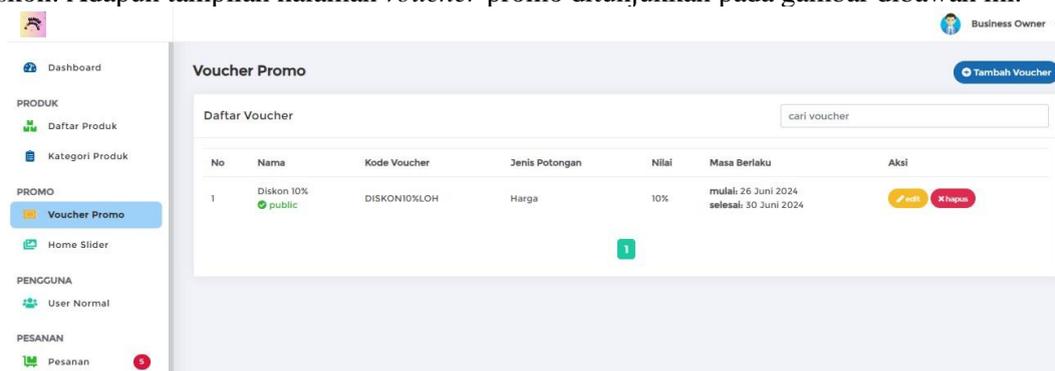
Tampilan halaman daftar kategori merupakan halaman yang tampil dan digunakan oleh admin untuk mengelola data kategori. Admin dapat menambah, mengubah dan menghapus data kategori. Adapun tampilan halaman daftar kategori ditunjukkan pada gambar dibawah ini.



Gambar 13 Tampilan Halaman Daftar Kategori

J. Tampilan Halaman Voucher Promo

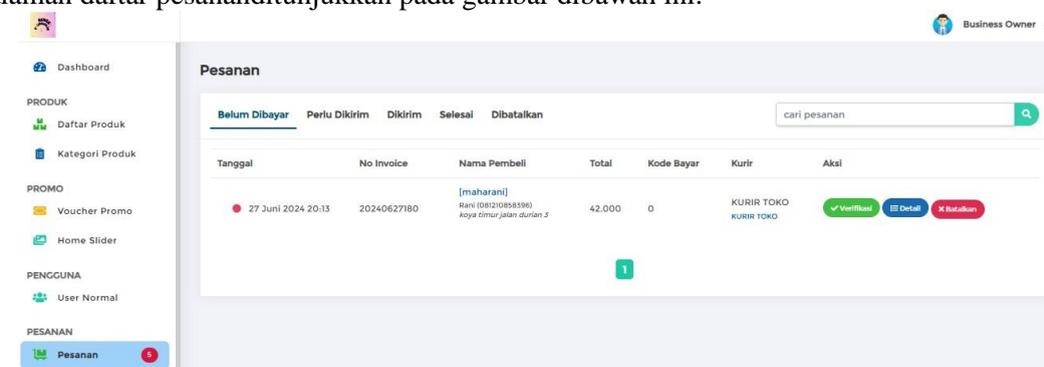
Tampilan halaman voucher promo merupakan halaman yang tampilan digunakan oleh admin untuk mengelola data promo diskon. Admin dapat menambah, mengubah dan menghapus data promo diskon. Adapun tampilan halaman voucher promo ditunjukkan pada gambar dibawah ini.



Gambar 14 Tampilan Halaman Voucher Promo

K. Tampilan Halaman Daftar Pesanan

Rancangan halaman daftar pesanan merupakan halaman yang tampilan digunakan oleh admin untuk mengelola kesuruhan pesanan yang telah dipesan oleh pelanggan. Admin dapat mengupdate data pesanan pelanggan, menambahkan resi dan juga mencetak nota penjualan. Adapun tampilan halaman daftar pesanan ditunjukkan pada gambar dibawah ini.



Gambar 15 Tampilan Halaman Daftar Pesanan

L. Tampilan Halaman Riwayat Transaksi

Rancangan halaman riwayat transaksi penjualan merupakan halaman yang akan tampil dan digunakan oleh admin untuk melihat transaksi penjualan yang ada. Adapun rancangan halaman riwayat transaksi penjualan ditunjukkan pada gambar dibawah ini.

No	Tanggal	ID Transaksi	Nama	Total	Ongkir
1	14/06/2024 08:26	TRX20240614082608	TIARA	30.000	10.000
2	21/06/2024 23:22	TRX20240621230813	MAHARANI	40.000	20.000
3	26/06/2024 03:49	TRX20240621230217	MAHARANI	30.000	20.000
4	27/06/2024 20:32	TRX20240627201200	MAHARANI	40.000	20.000
TOTAL				Rp. 140.000	Rp. 70.000

Gambar 16 Tampilan Halaman Riwayat Transaksi

M. Tampilan Halaman User Pengguna

Tampilan halaman *user* pengguna merupakan halaman yang tampilan digunakan oleh admin untuk mengelola data pengguna sistem. Admin dapat melihat data-data pengguna. Adapun tampilan halaman *user* pengguna ditunjukkan pada gambar dibawah ini.

No	Nama User	No HP	Saldo User	Total Order	Aksi
1	maharani	081210858396	Rp. 0	Rp. 110.000	Ubah Level X Hapus

Gambar 17 Tampilan Halaman User Pengguna

5. Kesimpulan (or Conclusion)

Berdasarkan hasil pembahasan penerapan aplikasi e-commerce pada Rings4girls, maka kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut. Pengembangan aplikasi e-commerce untuk Rings4Girl berhasil menciptakan platform yang memberikan manfaat signifikan bagi pelanggan dan pemilik usaha. Aplikasi ini memudahkan pelanggan untuk menemukan dan membeli produk secara online dengan fitur pencarian yang efisien, sistem pembayaran yang aman, dan layanan pelanggan yang responsif. Peningkatan penjualan dan interaksi dengan pelanggan dapat dicapai melalui strategi pemasaran digital, promosi, dan pengalaman pengguna yang menarik serta responsif. Promosi seperti diskon dan berbagai metode pembayaran juga membantu dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Selain itu, efisiensi logistik dan kebijakan retur yang mudah juga berkontribusi pada kepuasan pelanggan. Peningkatan loyalitas pelanggan melalui program diskon dan iklan yang dirancang dengan baik dapat memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Pemanfaatan teknologi dan sumber daya intelektual terbukti meningkatkan daya saing dan adaptabilitas usaha, mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

6. Referensi (Reference)

- [1] Dachyar M. (2022). Sistem Informasi Manajemen M Dachyar (Dachyar M, Ed.). Ui Publishing Anggota Ikapi & Appti.
- [2] Destyantara, R. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Bisnis Model Canvas (Bmc) Dan Swot.
- [3] Fenando, F., Studi, P., Informasi, S., Sains, F., & Teknologi, D. (2020). Implementasi E-Commerce Berbasis Web Pada Toko Denia Donuts Menggunakan Metode Prototype Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang-Indonesia. *Sistem Informasi*, 6(2), 66–77.
- [4] Ishak Sugiono. (2023). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada Mebel Bos Khoiron Pageruyung.
- [5] Dachyar M. (2022). Sistem Informasi Manajemen M Dachyar (Dachyar M, Ed.). Ui Publishing Anggota Ikapi & Appti.
- [6] Destyantara, R. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Bisnis Model Canvas (Bmc) Dan Swot.
- [7] Fenando, F., Studi, P., Informasi, S., Sains, F., & Teknologi, D. (2020). Implementasi E-Commerce Berbasis Web Pada Toko Denia Donuts Menggunakan Metode Prototype Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang-Indonesia. *Sistem Informasi*, 6(2), 66–77.
- [8] Ishak Sugiono. (2023). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada Mebel Bos Khoiron Pageruyung.
- [9] Kondar Siahaan, Susanto. (2022). Sistem Informasi E-Commerce Rumah Batik Desa Lambur 1 Tanjung Jabung Timur.
- [10] Kurniasih Dewi. (2021). Teknik Analisa. Alfabeta.
- [11] Santosa Sigit, & Ismaya, H. (2021). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Menggunakan Cms Wordpress Pada Toko Importir Laptop Bandung. *Bisnis Dan Pemasaran*, 11(1), 2087–3077.
- [12] Saputra Dedi. (2023). Analisis & Perancangan Sistem Informasi (F. S. Agami, Ed.; Pertama). Pt. Insan Cendekia Mandiri Group.
- [13] Solichin, A. (2021). Pemrograman Web Dengan Php Dan Mysql.
- [14] Sonata, F.-. (2019). Pemanfaatan Uml (Unified Modeling Language) Dalam Perancangan Sistem Informasi E-Commerce Jenis Customer-To-Customer. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8(1), 22.
- [16] Soufitri Fithrie. (2023). Konsep Sistem Informasi (Nasution Bincar, Ed.). Pt Inovasi Pratama Internasional.
- [17] Sumirat, P. L. (2023). Dasar-Dasar Rekayasa Perangkat Lunak (Pertama). Madza Media.
- [18] Tirozul Achyar, M., Indra Pratama, F., & Ji Menoreh Tengah, H. X. (2021). Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak Sistem Informasi E-Commerce Furniture Berbasis Web Pada Toko Mebel Ubaidillah Kamal Jepara. 3(2), 156–161.
- [19] Wardhana, A. (N.D.). Business To Consumer (B2c).
- [20] Wicaksono, R. S. (2021). Blackbox Testing Teori Dan Studi Kasus (Pertama). Cv. Seribu Bintang.