

PERANCANGAN E-COMMERCE BATIK PADA BATIK BANTEN

Irma Yunita. R¹, Lilis Suryani ²Email : irmayunitaruhiawati@unbaja.ac.id¹, lilissuryani@unbaja.ac.id²
Jalan Ciwaru II No. 73 Warung Pojok Kota Serang

ABSTRACT

Developments in the internet is one of the most interesting phenomena in technological advances that occur. Arguably the main aspects in its development is the emergence of electronic commerce (e-commerce) in the business environment. Batik offerings is one of home industry engaged in the production, sales and training offerings batik batik special only just. From the results of direct observation, the author encountered problems that occur include the lack of sales information systems specifically Batik Banten to disseminate the sale so as not to include in Banten course, the unavailability of a facility that serves as a medium for the marketing of products to the public that it is difficult to provide complete information and accurate information on a wide range of products such as those offered in Banten Batikbecause it is still conventionalandthe unavailability of manufacturing sales report in Banten Batik in the reporting process and the frequent difficulty is not timely because it is still done manually or not computerized collecting sales note and write down one by one into a book. The author hopes to help Batik Banten to make the sales information system for selling marketing products that are available over the Internet for online or e-commerce, so entrepreneurs can sell and market its products more broadly and to the employees of the reporting process in order to faster and more accurate. This research method using waterfall method.

Keywords : E-commerce, Batik, Design

ABSTRAK

Perkembangan yang terjadi pada internet merupakan satu fenomena yang paling menarik dalam kemajuan teknologi yang terjadi. Aspek yang boleh dibilang utama dalam perkembangannya adalah munculnya *electronic commerce (e-commerce)* dalam lingkungan bisnis. Batik banten merupakan salah satu rumah industri yang bergerak pada produksi, penjualan dan pelatihan batik hanya khusus batik banten saja. Dari hasil observasi langsung yang dilakukan, penulis menemukan permasalahan yang terjadi diantaranya belum adanya sistem informasi penjualan khusus Batik Banten untuk menyebar luaskan penjualan agar tidak mencakup di daerah Banten saja, belum tersedianya fasilitas yang berfungsi sebagai media pemasaran produk kepada masyarakat sehingga sulit memberikan informasi yang lengkap dan akurat mengenai berbagai macam produk seperti yang ditawarkan di Batik Banten karena masih bersifat konvensional dan belum tersedianya pembuatan laporan penjualan pada Batik Banten serta dalam proses pembuatan laporan sering terjadi kesulitan dan tidak tepat waktu karena masih dilakukan secara manual atau belum terkomputerisasi dengan mengumpulkan nota penjualan dan menuliskan satu persatu ke dalam buku. Penulis berharap dapat membantu Batik Banten untuk membuat sistem informasi penjualan untuk menjual memasarkan produk yang tersedia melalui internet secara online atau *e-commerce*, dengan demikian pengusaha dapat menjual dan memasarkan produknya lebih luas lagi dan pada pegawai dalam proses pembuatan laporan agar lebih cepat dan lebih akurat. Metode penelitian ini menggunakan metode waterfall.

Kata Kunci : E-commerce, Batik, Perancangan

PENDAHULUAN

Perkembangan yang terjadi pada internet merupakan satu fenomena yang paling menarik dalam kemajuan teknologi yang terjadi sekarang. Aspek yang boleh dibilang utama dalam perkembangannya adalah munculnya *electronic commerce (e-commerce)* dalam lingkungan bisnis. *Electronic commerce (e-commerce)* mengubah hampir semua fungsi bisnis area dan setiap kegiatannya mulai dari transaksi jual belinya tanpa harus datang ke tempatnya dan diartikan sebagai proses pembelian, penjualan produk dan informasi yang dilakukan secara elektronik dengan memanfaatkan komputer. Perkembangan *electronic commerce (e-commerce)* ini membawa banyak perubahan terhadap sektor aktivitas bisnis yang selama ini dijalankan di dunia nyata. Perubahan tersebut ditandai dengan adanya sejumlah upaya dari sektor aktivitas bisnis yang semula berbasis di dunia nyata, kemudian dikembangkan ke dunia maya.

Batik Banten merupakan suatu rumah industri yang bergerak pada produksi, penjualan dan pelatihan batik. Pada batik banten ini hanya khusus batik banten saja yaitu pakaian jadi, selendang dan aksesoris bermotif batik seperti tas. Seperti kita ketahui batik adalah suatu ciri khas bangsa Indonesia yang semakin berkembang terus menerus.

Dalam penelitian yang dilakukan pada Batik Banten masih ditemukan beberapa masalah. Salah satunya adalah belum adanya sistem informasi penjualan khusus Batik Banten untuk menyebar luaskan penjualan agar tidak mencakup di daerah Banten saja, belum tersedianya fasilitas yang berfungsi sebagai media pemasaran produk kepada masyarakat sehingga masih sulit memberikan informasi yang lengkap dan akurat mengenai berbagai macam produk seperti yang ditawarkan di Batik Banten karena masih bersifat konvensional adanya keterbatasan informasi yang hanya dapat diperoleh dengan datang langsung ke toko karena masih menggunakan media promosi katalog yang berkunjung ke tempat Batik Banten dan belum tersedianya pembuatan laporan penjualan pada Batik Banten dalam proses pembuatan laporan sering terjadi kesulitan dan tidak tepat waktu karena masih dilakukan secara manual atau belum terkomputerisasi dengan mengumpulkan nota penjualan dan menuliskan satu persatu ke dalam buku.

Batik Banten ingin mengimplementasikan sistem informasi *electronic commerce* (*e-commerce*) dalam hal penjualan barang mereka untuk meningkatkan jumlah profit perusahaan, dikarenakan sistem yang terjadi pada proses penjualan barang selama ini kurang efektif. Dengan adanya sistem penjualan online, masyarakat semakin mudah untuk mencari dan mendapatkan informasi tentang Batik Banten berupa informasi tentang apa saja produk yang ditawarkan pada Batik Banten tersebut maupun melakukan pembelian tanpa harus datang ke toko.

Dengan hadirnya aplikasi sistem berbasis informasi komputer ini diharapkan mampu meningkatkan penjualan produk agar dapat maksimal dan dalam hal pembuatan laporan secara cepat, akurat dan berkualitas.

PERMASALAHAN

Permasalahan yang ada pada sistem informasi penjualan pada Batik Banten diantaranya :

1. Belum adanya sistem informasi penjualan khusus Batik Banten untuk menyebar luaskan penjualan agar tidak mencakup di daerah Banten saja.
2. Belum tersedianya fasilitas yang berfungsi sebagai media pemasaran produk kepada masyarakat yang ditawarkan pada Batik Banten.
3. Belum tersedianya pembuatan laporan penjualan pada Batik Banten.

Melihat permasalahan tersebut, maka penulis mencoba untuk merumuskan masalah. Diantaranya adalah :

1. Bagaimana merancang sistem informasi penjualan khusus Batik Banten agar dapat menyebar luaskan penjualan tidak hanya di daerah Banten saja?
2. Bagaimana cara membangun sistem informasi sebagai media dalam memasarkan produk?
3. Bagaimana merancang sistem informasi yang dapat membuat laporan penjualan cepat dan tepat?

Landasan Teori & Literatur Riview

1. Landasan Teori

E-Commerce merupakan suatu istilah yang sering digunakan atau didengar saat ini yang berhubungan dengan internet, dimana tidak seorangpun yang mengetahui jelas pengertian dari *E-Commerce* tersebut. Berikut akan dipaparkan pengertian *E-Commerce* menurut para ahli:

- a. Menurut Dr. Nufransa Wira Sakti, S.Kom,M.Ec (2014:12)

Menyatakan bahwa *E-Commerce* adalah singkatan dari *electronic commerce*, yang secara singkat didefinisikan sebagai mekanisme transaksi jual dan beli dengan menggunakan fasilitas internet sebagai media komunikasi. *E-Commerce* biasa di

kategorikan menjadi B2B, B2C dan C2C, B2B adalah perdagangan elektronik yang dilakukan antara dua buah perusahaan, B2C adalah perdagangan antara perusahaan kepada perorangan, sementara C2C adalah perdagangan elektronik yang dilakukan antara dua orang melalui sarana internet.

b. Menurut Gary P.Schneider (2011:4)

Menyatakan bahwa Fenomena bisnis yang sekarang kita sebut *E-Commerce* telah memiliki sejarah yang menarik. Dimulai dari pertengahan tahun 1990-an. *E-Commerce* berarti belanja dari internet atau yang disebut *world wide web* (web). Namun, *E-Commerce* juga mencakup banyak kegiatan lain, seperti bisnis perdagangan dengan bisnis lain dan proses internal yang digunakan perusahaan untuk mendukung mereka membeli, menjual, menyewa, perencanaan dan aktivitas lainnya.

c. Menurut Jony Wong (2010:33)

Menyatakan bahwa *electronic commerce* adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet. *E-Commerce* meliputi transfer dana secara elektronik, pertukaran pengumpulan data. Semua diatur dalam sistem manajemen inventori otomatis.

d. Menurut Mcleod Pearson (2008:59)

Menyatakan bahwa perdagangan elektronik atau yang disebut juga *e-commerce* adalah penggunaan jaringan komunikasi untuk melaksanakan proses bisnis. Perdagangan populer dari *e-commerce* adalah penggunaan internet dan komputer dengan *browser web* untuk membeli dan menjual produk.

e. Menurut Munawar (2009:1)

Menyatakan bahwa *E-Commerce* juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran atau penjualan barang, servis dan informasi secara elektronik.

Jenis E-Commerce

a. Business to Business

Business to Business memiliki karakteristik :

1. Trading partners yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Informasi yang dimiliki hanya ditukar dengan partner tersebut.
2. Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati bersama.
3. Salah satu pelaku tidak harus menunggu rekan mereka lainnya untuk mengirimkan data.
4. Model yang umum digunakan adalah *peer to peer* dimana *processing intelligence* dapat di distribusikan di kedua pelaku bisnis.

b. Business to Consumer

Business to Consumer memiliki karakteristik :

1. Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarkan secara umum pula dan dapat diakses secara umum pula dan dapat diakses secara bebas.
2. Servis yang digunakan bersifat umum, sehingga dapat digunakan oleh orang banyak. Sebagai contoh, karena sistem web sudah umum digunakan maka service diberikan dengan berbasis web.
3. Servis yang digunakan berdasarkan permintaan, produsen harus siap memberikan respon sesuai dengan permintaan konsumen.
4. Sering dilakukan sistem pendekatan *client-server*.

c. Consumer to Consumer

Dalam C2C seorang konsumen dapat menjual secara langsung barangnya kepada konsumen lainnya, atau bisa disebut juga orang yang menjual produk dan jasa ke satu

sama lain. Contohnya adalah ketika ada perorangan yang melakukan penjualan di olx.com dan menjual properti rumah hunian, mobil dan sebagainya. Mengiklankan jasa pribadi di internet serta menjual pengetahuan dan keahlian merupakan contoh lain C2C. sejumlah situs pelanggan memungkinkan perorangan untuk memasukkan item-item agar disertakan dalam pelanggan. Akhirnya, banyak perseorangan yang menggunakan internet dan jaringan organisasi untuk menggunakan internet dan jaringan organisasi untuk mengiklankan item-item yang akan dijual atau juga menawarkan aneka jasa. Contoh lain yang terkenal adalah eBay.com, yaitu perusahaan lelang.

d. Consumer to Business

Consumer to Business adalah model bisnis dimana konsumen (individu) menciptakan nilai dan perusahaan mengkonsumsi nilai ini. Sebagai contoh, ketika konsumen menulis review, atau ketika konsumen memberikan ide yang berguna untuk pengembangan produk baru, maka individu ini adalah yang menciptakan nilai bagi perusahaan, jika perusahaan tersebut mengadopsi inputnya. Sebagai contoh, priceline.com merupakan situs yang memungkinkan seseorang menjual barang kepada perusahaan. Dalam hal ini, internet dapat digunakan sebagai sarana negosiasi.

Manfaat E-Commerce

Manfaat dari digunakannya *E-Commerce* ini adalah dapat menekan biaya barang dan jasa, serta dapat meningkatkan kepuasan konsumen sepanjang yang menyangkut kecepatan untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan dengan kualitas yang terbaik sesuai dengan kualitas yang terbaik sesuai dengan harganya. *Order cycle* sebuah bisnis yang tadinya memakan waktu 30 hari, waktunya bisa dipercepat yakni bisa 5 hari saja. Proses yang cepat tentunya akan meningkatkan pendapatan. Berbelanja atau melakukan transaksi perdagangan melalui internet sangat berbeda dengan berbelanja atau melakukan transaksi perdagangan di dunia nyata. Dengan *E-Commerce* memungkinkan kita bertransaksi dengan cepat dan biaya yang murah tanpa melalui proses yang berbelit-belit, dimana pihak pembeli cukup mengakses internet ke *Portal website* perusahaan yang mengiklankan produknya di internet, yang kemudian pihak pembeli cukup mempelajari *term of condition* (ketentuan-ketentuan yang diisyaratkan) pihak penjual.

2. Literatur Review

1. Rudi, Retno Wahyudiarti, Victorani Megaputri, Ratih Wihardani (2008), "*Analisis dan Perancangan E-Commerce (Studi Kasus: Roemah Soetera Batik dan Bordir)*". Tujuan penelitian ialah melakukan analisa pada sistem penjualan yang sedang berjalan dan melakukan perancangan *e-commerce* pada Roemah Soetera Batik dan Bordir yang terletak di daerah Bekasi. Metode penelitian yang digunakan adalah melakukan metode analisis dengan menggunakan analisis kesempatan pasar dan melakukan perancangan dengan menggunakan perancangan model bisnis, antarmuka pelanggan, komunikasi pasar dan rancangan implementasi. Hasil yang dicapai adalah aplikasi penjualan berbasis web yang dapat memperluas pangsa pasar, menjangkau lebih banyak pelanggan dan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan. Roemah Soetra Batik dan Bordir dengan mengimplementasikan sistem *e-commerce* dapat meningkatkan penjualan sehingga memperoleh hasil yang lebih maksimal dan meningkatkan daya saing.
2. Mukhamad Nurkamid (2017) "*Teknologi Informasi E-Commerce Untuk Batik Bakaran Dalam Membangun Pasar Global Berbasis Resource Base View (RBV)*". Teknologi informasi dewasa ini berkembang dengan sangat cepat. Beragam aplikasi dapat dihasilkan dalam rangka memenuhi kebutuhan pengguna, sebut saja hadirnya teknologi informasi untuk perdagangan atau dikenal dengan *e-commerce* yang memberikan kemudahan pengguna dalam transaksi secara elektronik. Kemudahan yang ditawarkan selain kebutuhan produk yang selalu baru, juga dapat diakses secara luas, *e-commerce* memberikan kemudahan pengguna untuk dapat melakukan transaksi dengan cepat sama mudahnya dengan transaksi tradisional. Kelebihan yang lain

dengan e-commerce adalah dukungan berbagai perangkat lunak yang mudah dalam memperoleh informasi produk, khususnya terkait produk unggulan yang dimiliki oleh setiap daerah. Kabupaten Pati memiliki ragam produk yang khas (unggul), salah satunya batik bakaran dari Juwana. Industri batik bakaran di Juwana masih mengalami kendala di dalam menangani penjualan dan pemasaran secara global. Tidak hanya penjualan dan pemasaran, berbagai persoalan manajemen usaha belum dilaksanakan dengan baik dalam rangka menunjang kegiatan usaha. Metode penelitian ini digunakan pendekatan rapid application development (RAD). Hasil penelitian ini adalah perkembangan UKM batik bakaran di Juwana dengan memanfaatkan teknologi informasi e-commerce sebagai ujung tombak pemasaran yang berorientasi pasar global melalui pendekatan resource base view (RBV). Resource base view (RBV) dipilih sebagai teknik pemasaran yang memiliki keunggulan kompetitif untuk membantu meningkatkan daya saing UKM, khususnya untuk klaster batik bakaran Juwana Pati.

3. Himawan, Asep Saefullah, Sugeng Santoso (2014), “Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online (E-Commerce) pada CV Selaras Batik Menggunakan Analisis Deskriptif”. Batik merupakan salah satu pakaian tradisional yang menjadi ciri khas dan kebanggaan bagi bangsa Indonesia, dimana batik juga telah dikenal secara luas baik dalam skala nasional dan internasional. Peluang dalam kegiatan bisnis penjualan batik yang meningkat beberapa waktu ini dilihat oleh banyak pihak sebagai prospek yang menjanjikan. Penjualan batik secara umum di beberapa wilayah di Indonesia masih dilakukan dengan cara yang sederhana dan klasik. Untuk dapat menjangkau lebih banyak pelanggan serta memperluas area pemasaran sekaligus promosi batik, maka diperlukan media yang dapat menunjang kegiatan promosi, transaksi penjualan dan informasi batik dengan optimal. Salah satu media yang menjadi perhatian masyarakat sekarang ini adalah dengan menggunakan media *website online*.

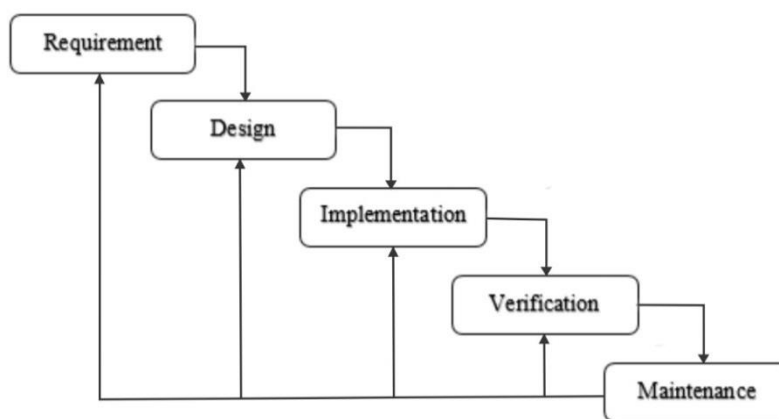
4. Tri Hariyati, Bambang Eka Purnama, Sukadi (2013), “Electronic E-Commerce Pada Batik Tulis Tengah Sawah Ngadirojo”. *Electronic Commerce (E-Commerce)* diartikan sebagai proses pembelian dan penjualan produk, jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik dengan memanfaatkan jaringan komputer. *E-Commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Batik Tulis Tengah Sawah Ngadirojo hingga saat ini dalam proses pemasaran dan penjualannya masih bersifat konvensional. Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan analisa pada sistem penjualan yang sedang berjalan dan melakukan perancangan e-commerce pada Batik Tulis Tengah Sawah yang terletak di Ngadirojo. Metode penelitian yang digunakan adalah melakukan memberikan gambaran tentang e-commerce kepada pihak Batik Tulis Tangan Sawah Ngadirojo. Berdasarkan pada masalah tersebut, maka dibuat perancangan e-commerce pada Batik Tulis Tangan Sawah dan diharapkan dapat membantu konsumen untuk mengetahui ketersediaan produk yang ada tanpa harus mengunjungi workshop. Dengan adanya perancangan e-commerce ini maka konsumen dapat melakukan transaksi pembelian produk online dan pembayarannya dilakukan melalui transfer antar bank. Selain itu dibuat untuk memperluas pemasaran dan penjualan produk, e-commerce ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan terhadap para konsumen.

5. Veronica Lusiana (2009), “Sistem Informasi Promosi Batik Tradisional Semarang Berbasis Web”. Pengembangan sistem informasi berbasis web pada dasarnya tidak berbeda dengan pengembangan sistem informasi lainnya. Pada sistem informasi berbasis non web pemakai berinteraksi secara langsung dengan sistem, atau dalam hal ini program, sementara interaksi pemakai pada sistem informasi berbasis web melalui perantara yaitu web server. Dengan melihat perkembangan teknologi informasi yang ada maka pemanfaatan web sebagai media untuk mempromosikan produk salah satu hasil usaha industri skala kecil dalam bentuk kain, pakaian jadi atau berupa kerajinan rumah tangga dalam bentuk corak dan motif batik sebagai satu produk unggulan kota Semarang dengan nuansa tradisional sangat efektif bisa dijangkau dan disebarkan secara luas mulai dari wilayah regional sampai ke manca negara bisa dimanfaatkan. Tujuan dari sistem ini adalah melakukan rancang bangun Website

Sistem Promosi Batik Tradisional Jawa Tengah khususnya daerah Semarang, sebagai salah satu media alternative dalam mempromosikan seni batik tradisional Jawa Tengah supaya dikenal luas oleh masyarakat. Dengan adanya sistem informasi promosi batik ini maka diharapkan ekspor produk hasil rumah tangga berupa kain batik, pakaian jadi atau *handicraft* menjadi meningkat.

PEMECAHAN MASALAH

Salah satu metodologi pengembangan sistem yaitu metode *waterfall*. Metode *waterfall* merupakan Metode air terjun atau yang sering disebut metode *waterfall* sering dinamakan siklus hidup klasik (*classic life cycle*), dimana hal ini menggambarkan pendekatan yang sistematis dan juga berurutan pada pengembangan perangkat lunak, dimulai dengan spesifikasi kebutuhan pengguna lalu berlanjut melalui tahapan-tahapan perencanaan (*planning*), permodelan (*modeling*), konstruksi (*construction*), serta penyerahan sistem ke para pelanggan/pengguna (*deployment*), yang diakhiri dengan dukungan pada perangkat lunak lengkap yang dihasilkan, pengertian tersebut dijelaskan oleh (Pressman, 2012) dalam bukunya yang berjudul Rekayasa Perangkat Lunak – Buku Satu, Pendekatan Praktisi (Edisi 7). Tahapan metode *waterfall* dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar1. Tahapan Metode Waterfall

Tahapan Metode Waterfall

Dalam pengembangannya metode *waterfall* memiliki beberapa tahapan yang berurut yaitu: *requirement*(analisis kebutuhan), *design system* (desain sistem), *Coding* (pengkodean) & *Testing* (pengujian), Penerapan Program, pemeliharaan. Tahapan tahapan dari metode *waterfall* adalah sebagai berikut :

1. Requirement Analysis

Tahap ini pengembang sistem diperlukan komunikasi yang bertujuan untuk memahami perangkat lunak yang diharapkan oleh pengguna dan batasan perangkat lunak tersebut. Informasi ini biasanya dapat diperoleh melalui wawancara, diskusi atau survei langsung. Informasi dianalisis untuk mendapatkan data yang dibutuhkan oleh pengguna.

2. System Design

Spesifikasi kebutuhan dari tahap sebelumnya akan dipelajari dalam fase ini dan desain sistem disiapkan. Desain Sistem membantu dalam menentukan perangkat keras(*hardware*) dan sistem persyaratan dan juga membantu dalam mendefinisikan arsitektur sistem secara keseluruhan.

3. Implementation

Pada tahap ini, sistem pertama kali dikembangkan di program kecil yang disebut *unit*, yang terintegrasi dalam tahap selanjutnya. Setiap *unit* dikembangkan dan diuji untuk fungsionalitas yang disebut sebagai *unit testing*.

4. Integration & Testing

Seluruh *unit* yang dikembangkan dalam tahap implementasi diintegrasikan ke dalam sistem setelah pengujian yang dilakukan masing-masing *unit*. Setelah integrasi seluruh sistem diuji untuk mengecek setiap kegagalan maupun kesalahan.

5. Operation & Maintenance

Tahap akhir dalam model *waterfall*. Perangkat lunak yang sudah jadi, dijalankan serta dilakukan pemeliharaan. Pemeliharaan termasuk dalam memperbaiki kesalahan yang tidak ditemukan pada langkah sebelumnya. Perbaikan implementasi *unit* sistem dan peningkatan jasa sistem sebagai kebutuhan baru.

Kelebihan Metode Waterfall

Kelebihan menggunakan metode air terjun (*waterfall*) adalah metode ini memungkinkan untuk departementalisasi dan kontrol. proses pengembangan model fase *one by one*, sehingga meminimalis kesalahan yang mungkin akan terjadi. Pengembangan bergerak dari konsep, yaitu melalui desain, implementasi, pengujian, instalasi, penyelesaian masalah dan berakhir di operasi dan pemeliharaan.

Kekurangan Metode Waterfall

Kekurangan menggunakan metode *waterfall* adalah metode ini tidak memungkinkan untuk banyak revisi jika terjadi kesalahan dalam prosesnya. Karena setelah aplikasi ini dalam tahap pengujian, sulit untuk kembali lagi dan mengubah sesuatu yang tidak terdokumentasi dengan baik dalam tahap konsep sebelumnya.

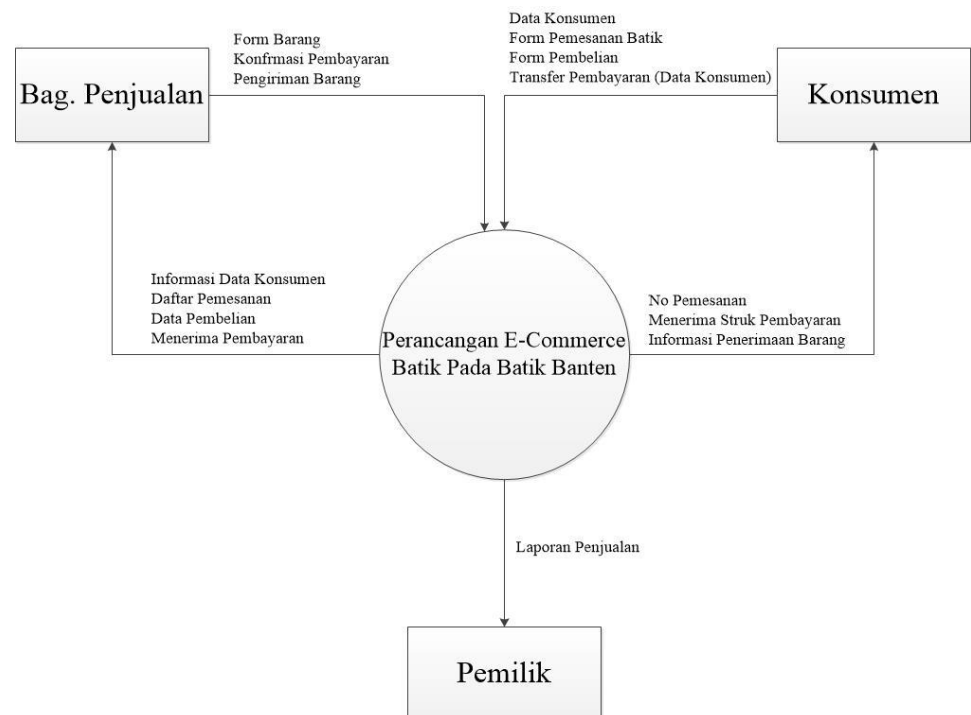
Perancangan Sistem

Permodelan

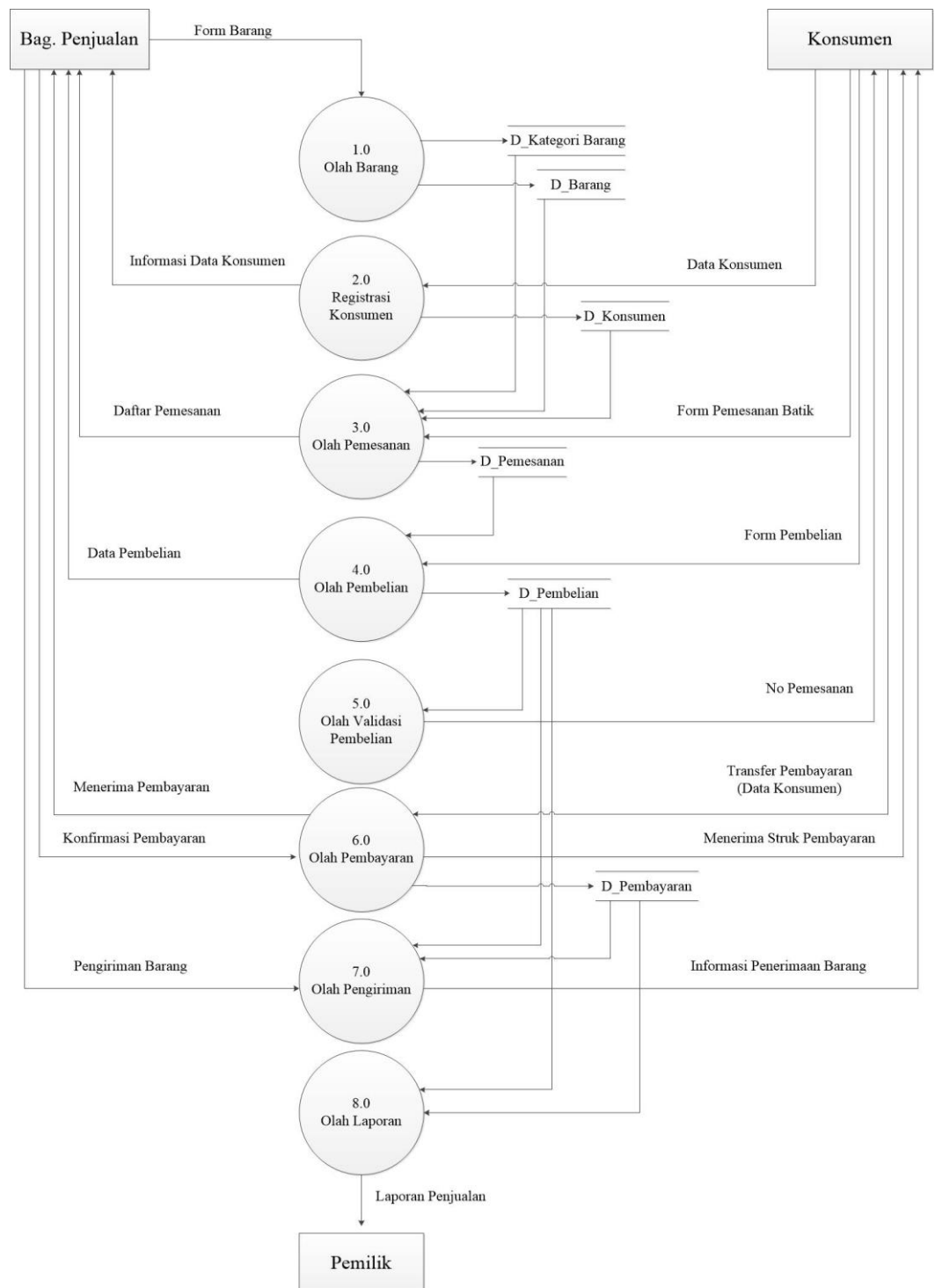
Perancangan *Data Flow Diagram* (DFD)

a. Diagram Konteks

Adapun pemodelannya yaitu menggunakan *Data Flow Diagram* (DFD) yang akan dibuat antara lain :



Gambar2. Diagram Konteks

b. Diagram Overview

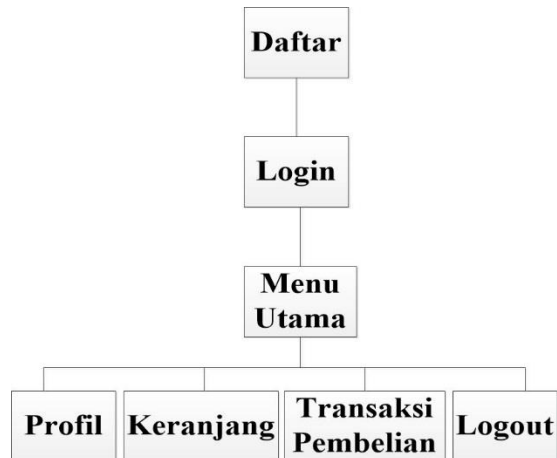
Gambar 3. Diagram Overview

Implementasi

Perancangan sistem dibuat bertujuan untuk menjelaskan tentang gambaran umum rancangan sistem yang akan di bangun / dalam bentuk sebagai berikut :

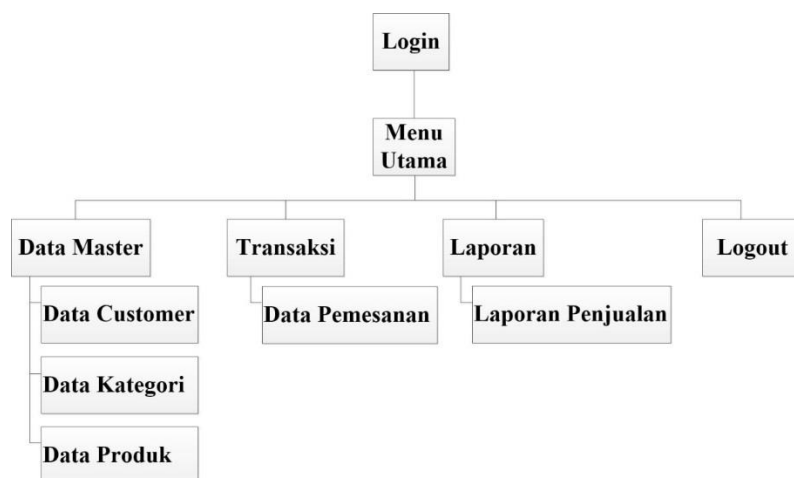
Prototipe

- Struktur Tampilan Menu Pelanggan



Gambar 4. Struktur Tampilan Menu Pelanggan

- Struktur Tampilan Menu Admin



Gambar 5. Strukur Tampilan Menu Admin

Desain Modul Tampilan**Tampilan Input (masukan)**

- Struktur Tampilan Menu Utama Pelanggan

Gambar 6. Tampilan Menu Utama Pelanggan

- Struktur Tampilan Menu Login Pelanggan

Gambar 7. Tampilan Menu Login Pelanggan

- Struktur Tampilan Form Pendaftaran

Gambar 8. Tampilan Form Pendaftaran

- Struktur Tampilan Menu Profil Pelanggan

Gambar 9. Tampilan Menu Profil Pelanggan

- Struktur Tampilan Keranjang Belanja

Gambar 10. Tampilan Keranjang Belanja

- Struktur Tampilan Transaksi Pembelian

Gambar 11. Tampilan Transaksi Pembelian

- Struktur Tampilan Menu Admin

The screenshot shows the 'Halaman Administrator' interface. On the left is a sidebar with a 'Menu Admin' section containing links: Beranda, Profil, Data Customer, Data Kategori, Data Produk, Data Pemesanan, Laporan, and Logout. The top header includes a logo 'LOGO BATIK BANTEN' and the title 'Halaman Administrator'. The main content area features a large oval box with the text: 'SELAMAT DATANG DI HALAMAN ADMINISTRATOR' and 'Di halaman ini merupakan halaman Administrator untuk melakukan pengaturan dan manajemen E-Commerce'.

Gambar 12. Tampilan Menu Admin

- Struktur Tampilan Menu Login Admin

The screenshot displays a login form with two input fields labeled 'Username' and 'Password', and a 'Login' button below them.

Gambar 13. Tampilan Menu Login Admin

- Struktur Tampilan Menu Customer

The screenshot shows the 'Halaman Administrator' interface with the 'Data Customer' section active. It includes a sidebar menu, a search bar, and a form with fields for Id Customer, Nama, Jenis Kelamin, Email, Alamat, Kota, Telepon, and Tanggal Daftar. There are 'SIMPAN' and 'BATAL' buttons. Below the form is a table with columns: Id Customer, Nama, Jenis Kelamin, E-mail, Alamat, Kota, Tanggal Daftar, and Aksi. The 'Aksi' column contains 'EDIT' and 'DEL' buttons.

Gambar 14. Tampilan Menu Customer

- Struktur Tampilan Menu Kategori

Gambar 15. Tampilan Menu Kategori

- Struktur Tampilan Menu Produk

Gambar 16. Tampilan Menu Produk

Tampilan Proses (transaksi)

- Struktur Tampilan Data Pemesanan

Gambar 17. Tampilan Data Pemesanan

Tampilan Keluaran (output)

- Struktur Tampilan Laporan Penjualan

Gambar 18. Tampilan Laporan Penjualan

KESIMPULAN

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dengan adanya sistem informasi ini Batik Banten ingin memberikan pelayanan yang lebih baik untuk konsumennya yaitu dengan cara membangun perancangan e commerce pada Batik Banten. Adapun pengembangan sistem yaitu dengan metode waterfall. Dengan adanya perancangan sistem informasi ini akan sangat membantu konsumen dalam pembelian batik. Konsumen bisa memesan batik sesuai dengan pilihan tanpa harus pergi ke toko. Semua item yang dijual di Batik Banten termasuk stok dan jenis yang ada sudah tertera dalam aplikasi sistem informasi tersebut. Dan semua pesanan akan dikirim langsung ke tempat konsumen berada sesuai dengan pesannya. Selain itu dengan adanya sistem informasi ini diharapkan penjualan produk-produk dari Batik Banten bisa merambah ke luar wilayah Banten.

SARAN

Dalam sistem perancangan e commerce ini membutuhkan koneksi internet untuk mengaksesnya. Namun sistem ini masih terdapat kekurangan karena metode waterfall yang digunakan mempunyai kelemahan yaitu tidak memungkinkannya untuk dilakukan banyak revisi jika terjadi kesalahan dalam prosesnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT Raja Grafindo Persada
- Agus Saputra dkk. 2012. *Membangun Aplikasi E-library untuk Panduan Skripsi*. Jawa Barat : CV. Asfa Solution
- Agus Saputra dkk. 2013. *Menyelesaikan Website 12 Juta Secara Profesional*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Aloysius Sigit W. 2011. *Pemrograman Web Aplikasi dengan Java*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo

- Andri Kristanto. 2008. Diagram Konteks. Yogyakarta : Gava Media
- Anhar. 2010. PHP dan MySQL Secara Otodidak. Jakarta : PT. Trans Media
- Arief M.Rudianto. 2011. Pemrograman Web Dinamis menggunakan PHP dan MySQL. Yogyakarta : Andi Offset
- Asropudin, Pipin. 2013. Kamus Teknologi Informasi. Bandung : Cv. Titian Ilmu Ambarwin
- Asti, Musman dan Arini B.Ambar. 2011. Warisan Adiluhung Nusantara. Yogyakarta : Andi
- Atmojo, Heriyanto. 2008. Batik Tulis Tradisional Kauman Solo Pesona Budaya Nan Eksotik. Solo : Tiga Serangkai
- Bernadhed. 2013. Sistem Informasi Pelayanan Produk Berbasis Vendor Berkart. Yogyakarta : Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia (semnasteknomedia) STMIK AMIKOM
- Binanto, Iwan. 2010. Multimedia Digital (Dasar Teori dan Pengembangannya). Yogyakarta : Andi Offset
- Buana, I Komang Setia. 2014. Jago Pemrograman PHP untuk Pemula dan Orang Awam. Jakarta Timur : Dunia Komputer
- Fatansyah. 2012. Basis Data. Bandung : Informatika
- Hendratman, Hendi. 2010. Tips n Trix Computer Graphics Design. Bandung : Informatika
- Hery. 2011. Auditing 1 Dasar-dasar Pemeriksaan Akuntan. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup
- Hidayat, Rahmat. 2010. Cara Praktis Membangun Website Gratis Pengetian Website. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo Kompas Gramedia
- Imansyah, Muhammad. 2010. Membangun Toko Online dengan Wordpress. Jakarta : Elex Media Komputindo
- Irwan Sahaja. 2014. Pengertian Penjualan.
<http://irwansahaja.blogspot.com/2014/05/pengertian-penjualan.html>
- Jogiyanto, 2010. Analisis dan Desain Sistem Informasi, Edisi IV. Yogyakarta : Andi Offset
- Jogiyanto, HM. 2009. Analisis dan Desain. Yogyakarta : Andi Offset
- Jayan. 2010. CSS untuk Orang Awam. Palembang : Maxikom
- Kurniawan. R. 2010. PHP dan MySQL untuk Orang Awam. Palembang : Maxikom
- Kustianingsih, Yeni. 2011. Pemrograman Basis Data Berbasis Web menggunakan PHP dan MySQL. Jakarta : Graha Ilmu
- Kusworo A.P. 2010. Pembuatan Sistem Ujian Online. Surakarta : Penelitian Program Studi Ilmu Komputer Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Sebelas Maret
- Ladjamudin, Al Bahra Bin. 2013. Analisis dan Desain Sistem Informasi. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Leny Sulistiyowati. 2010. Panduan Praktis Memahami Analisis Laporan Keuangan. Jakarta : Elex Media Komputindo
- Mulyadi. 2010. Sistem Akuntansi, Edisi ke-3, Cetakan ke-5. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Munawar, Kholil. 2009. E-commerce. <http://staff.uns.ac.id>

- Nufransa Wira Sakti. 2014. Buku Pajak E-commerce dari mendaftar sampai membayar pajak. Jakarta : Transmedia
- Nugroho, Bunafit. 2013. Dasar Pemrograman Web PHP-MySQL dengan Dreamweaver. Yogyakarta : Gava Media
- Ollie. 2008. Panduan Praktis Mendesain Template Joomla. Jakarta : Mediakita
- Pearson, Mc Leod and Schell, George. 2008. E-commerce Bussiness Technology and Society 4 th Edition. New Jersey : Prentice Hall, Inc
- Raharjo, Budi. 2011. Membuat Database Menggunakan MySQL. Bandung : Informatika
- Riyanto. 2010. Sitem Informasi Penjualan dengan PHP dan MySQL. Yogyakarta : Gava Media
- Rizky, Soetam. 2011. Konsep Dasar Rekayasa Perangkat Lunak. Jakarta : Prestasi Pustaka
- Roger S. Pressman. 2012. <http://dispenda.jabarprov.go.id/>
- Schneider, Gary P. 2011. E-Business 9 th edition. Canada : Nelson Education, Ltd
- Sibero, Alexander F.K. 2011. Kitab Suci Web Programming. Yogyakarta : Mediakom
- Sibero, Alexander F.K. 2013. Web Programming Power Pack. Yogyakarta : Mediakom
- Sidik, Betha. 2012. Pemrograman Web dengan PHP. Bandung : Informatika
- Sidik, Betha. 2011. Javascript. Bandung : Informatika
- Subhan, Mohamad. 2012. Analisa Perancangan Sistem. Jakarta : Lentera Ilmu Cendikia
- Sukanto, R.A dan Shalahudin, M. 2014. Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek. Bandung : Informatika Bandung
- Sulistiyawan. 2008. Modifikasi Blog Multiply dengan CSS. Jakarta : Elex Media Komputindo
- Sutabri, Tata. 2012. Konsep Sistem Informasi. Yogyakarta : Andi Offset
- Sutarman. 2012. Pengantar Teknologi Informasi. Jakarta : Bumi Aksara
- Wahana Komputer. 2010. Panduan Belajar MySQL Database Server. Jakarta : Mediakita
- Wahyu Sya'ban. 2010. Build Your Blogger XML Template. Yogyakarta : Andi
- Wicaksono, Yogi. 2008. Membangun Bisnis Online dengan Mambo++ CD. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Wulandari, Ari. 2011. Batik Nusantara-Makna Filosofis cara pembuatan dan Industri Batik. Yogyakarta : Andi Publisher
- Wong, Jony. 2010. Internet Marketing For Beginners. Jakarta : Elex Media Komputindo
- Yakub. 2012. Pengantar Sistem Informasi. Yogyakarta : Graha Ilmu