

Vol. 3, Nomor 1, Desember 2016



ISSN 2407-1811

Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi
JURTEKSI
ROYAL



Sekretariat Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat

STMIK ROYAL

Jl. Prof. H. N. Yamin No. 173 Telp. 0823-11079, Fax. 0823-12366 Kisaran

e-mail: lppmroyal@yahoo.co.id

JURTEKSI (Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi) - STMIK ROYAL KISARAN



Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat

ISSN 2407-1811



Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
STMIK ROYAL, Kisaran

JURTEKSI

(JURNAL TEKNOLOGI DAN SISTEM INFORMASI)

ISSN 2407-1811

Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (Jurteksi) dipublikasikan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) STMIK Royal Kisaran-Sumatera Utara. Jurnal ini diterbitkan dua kali dalam setahun yaitu bulan Maret dan Desember yang berisi kumpulan penelitian dalam bidang teknologi informasi, sistem informasi dan sistem komputer.

Ketua Penyunting

Safrian Aswati, S.Kom, M.Kom, MTA

Wakil Ketua Penyunting

Ir. Zulfi Azhar, M.Kom

Penyunting Pelaksana

Neni Mulyani, S.Kom, M.Kom

Muhammad Sabir Ramadhan, S.Kom, M.Kom

Yessica Siagian, S.Kom, M.Kom

Muhammad Amin, S.Kom, M.Kom

Arridha Zikra Syah, S.Kom, M.Kom

Edi Kurniawan, S.Kom, M.Kom

Tata Pelaksana Usaha

Wan Mariatul Kifti, S.E, MM

Mitra Bestari

Ir. Paulus Insap Santoso, M. Sc, Ph.D (Universitas Gajah Mada Yogyakarta)

Kusnita Yusmiarti, S. Kom, M. Kom (AMIK Lembah Dempo Palembang)

Tim Reviewer LPPM STMIK Royal Kisaran

SEKRETARIAT

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM)

Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Royal

Kisaran-Sumatera Utara Telp: (0623) 41079

E-Mail : lppmroyal@yahoo.co.id

DAFTAR ISI

Sistem Penunjang Keputusan Penerimaan Siswa Baru Dengan Menggunakan Metode Logika Fuzzy Pada Sekolah Menengah Tingkat Atas (SMA) Negeri 1 Tanjung Raya Agam	1-10
<i>Rizaldi, Dewi Anggraeni (STMIK Royal)</i>	
Pemasaran Sepatu Bunut Kisaran Menggunakan Konsep E-Commerce	11-18
<i>Zulfi Azhar (STMIK Royal)</i>	
Keamanan Rumah Berbasis GPRS Dan Image Capturing, Menggunakan Bahasa Pemrograman Visual Basic 6.0	19-25
<i>Nofriadi (STMIK Royal)</i>	
Sistem Informasi Pemesanan Spanduk Pada Birugo Digital Printing Bukittinggi.....	26-30
<i>Yulia Jihan Sy, Aziz Sutanto (UPI YPTK Padang, Amik Boekittinggi)</i>	
Perancangan Alat Dalam Menentukan Tingkat Kesuburan Tanah Berbasis Expert System	31-36
<i>William Ramdhan, Yessica Siagian (AMIK, STMIK Royal)</i>	
Penerapan Jaringan Syaraf Tiruan Dalam Memprediksi Tingkat Pengangguran di Sumatera Utara Menggunakan Metode Backpropagation	37-42
<i>Havidi Syafwan, Herman Saputra (AMIK, STMIK Royal)</i>	
Deteksi Kerusakan Sistem Kemudi Mobil Menggunakan Metode Forward Chaining	43-48
<i>Afdhal Syafnur, Arridha Zikra Syah (STMIK Royal)</i>	
Teknik Pembuatan Digital 7-Segment Pada Sistem Antrian	49-54
<i>Muhammad Amin, M. Sabir Ramadhan (STMIK Royal)</i>	
Media Pembelajaran Pengenalan Flora dan Fauna	55-59
<i>Dermia Sari Nst, Iqbal Kamil Siregar, Ada Udi Firmansyah (STMIK Royal)</i>	
Penerapan Metode Decision Tree Algoritma C45 Untuk Memprediksi Hasil Belajar Mahasiswa Berdasarkan Riwayat Akademik	60-65
<i>M. Ardiansyah Sembiring (STMIK Royal)</i>	

Jurteksi, Volume 3 Nomor 1 Halaman 1 - 65

Kisaran, Desember 2016

ISSN 2407-1811

Jurteksi Bekerjasama Dengan

Jurnal Sisfo Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya

Jurnal Matriks STMIK Bumigora Lombok Nusa Tenggara Barat



Jurnal Dapat Diakses Melalui Open Access Journal Of Information System (OAJIS)

www.is.its.ac.id/pubs/oajis

PENGANTAR

Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (Jurteksi) diterbitkan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) STMIK Royal Kisaran-Sumatera Utara. Redaksi mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung sehingga Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (Jurteksi) Volume 3 No.1 bisa diterbitkan.

Adapun dalam jurnal ini terdapat empat makalah ilmiah dalam bidang teknologi, sistem informasi, sistem pendukung keputusan dan aplikasi teknologi informasi terkini. Makalah di distribusikan dari sejumlah peneliti dari dalam dan luar lingkungan STMIK Royal. Maka dari itu redaksi mengucapkan terimakasih kepada peneliti yang sudah mendistribusikan makalahnya untuk dimuat dalam Jurnal ini.

Redaksi juga mengundang kepada para peneliti berikutnya untuk dapat mendistribusikan makalah ilmiahnya untuk dimuat dan dipublikasikan dalam Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (Jurteksi) ini. Akhir kata redaksi berharap semoga makalah-makalah yang ada dalam jurnal ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya dan juga bagi perkembangan teknologi informasi dan sistem informasi.

REDAKSI

PEMASARAN SEPATU BUNUT KISARAN MENGGUNAKAN KONSEP E-COMMERCE

Zulfi Azhar

Program Studi Sistem Informasi STMIK Royal Kisaran
Jl. H.M.Yamin,SH, No. 173 Kisaran, Sumatera Utara 21222
Telp. 0623-41079 Fax 0623 -42366
e-mail: zulfi_azhar@yahoo.co.id

Abstrak

Kebanyakan orang, ingin memasarkan suatu produk namun mereka tidak mempunyai cukup modal dalam mempersiapkan sarana untuk tempat jualan atau toko. Sementara produk yang akan dipasarkan memerlukan biaya yang tentunya sangat besar. Sehingga banyak para penjual produk merasa sulit dalam memasarkan produknya. Ada suatu konsep yang sangat efisien dan tidak membutuhkan modal yang sangat besar dalam memasarkan produk yaitu dengan menggunakan konsep E-commerce. Pada konsep ini penjual tidak harus bertemu langsung dengan pembeli. Pembeli dapat memilih produk, melihat harga dan memesannya dengan secara online melalui internet. Sepatu Bunut yang merupakan sepatu yang dibuat oleh pengrajin sepatu, yang terbuat dari kulit dari daerah Kisaran Sumatera Utara masih diproduksi dari beberapa generasi pengrajin sepatu, namun hasil karyanya tersebut belum berkembang lebih luas dan kebanyakan sepatu bunut dipesan dan dibeli oleh orang dari luar kota yang hanya singgah di kota Kisaran. Dengan menerapkan sistem penjualan dengan konsep E-commerce pada Toko Sepatu Bunut Kisaran maka akan mampu memasarkan produk ini tidak hanya di daerah, bahkan mampu memasarkannya ke luar negeri sehingga produk ini akan semakin berkembang dalam pemasaran produknya. Pemasaran konsep e-commerce ini akan mempermudah dan efektif bagi pembeli dalam memilih berbagai produk, model, ukuran dan harganya.

Kata Kunci : konsep, konsumen, modal, produk, toko online, penjual dan pembeli

Abstract

Most of people who want to sell a product, they should have a lot of money to prepare the facility for a sales or shop. So that many of the seller will be hard to build a shop, sell a product and market it. There is a solution that is highly efficient and does not require the capital funds in selling the products by using the concept of an online store (online shop). On the concept of online stores is a seller does not have to meet directly with buyers (consumer). Buyers can choose the product, see the prices and order by using online with internet. Sepatu Bunut is made by craftsmen shoes from Kisaran, North of Sumatra and they are still running it from several generations, but the work of craftsmen are not growing broader and most of sepatu bunut were booked and purchased by people from out of town who stop in Kisaran city. By applying online shop, sales system will be able to market of the products are not only in the regions, between cities and also even abroad, so that this product will be growing up in the marketing of its products. Online shop concept will facilitate the consumer or customer to choose a variety of products, prices, sizes and more effective.

Keywords : concept, consumer, customer, modal, online shop, product and seller

1. PENDAHULUAN

Electronic Commerce (E-Commerce) adalah kegiatan bisnis yang menyangkut para konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer networks*) yaitu internet. Dalam hal ini tentunya *E-Commerce* dapat mempermudah pihak yang terkait dalam suatu usaha atau perusahaan untuk memasarkan produknya kepada konsumen. Konsumen dengan mudah dapat mengetahui

informasi tentang barang yang dibutuhkannya tanpa harus datang langsung ke toko. Dengan demikian konsumen dapat menghemat waktu dan biaya yang diperlukannya.

Kerajinan alas kaki asli Indonesia banyak terdapat di Indonesia. Bunut adalah merupakan salah satu wilayah di Kisaran, Kabupaten Asahan yang juga masih menyisakan pengrajin alas kaki (sepatu). Meski tidak ekspansif namun masih ada pelanggan sepatu Bunut yang memesan sepatu atau sandal tersebut dari daerah Batam dan Pekanbaru. Nama *Bunut Shoes* sudah tidak asing lagi di telinga penyuka sepatu kulit, yang

distribusi produknya menembus pasar nusantara dan mancanegara. Sepatu kulit ini dahulu merupakan produk pabrikan buatan dari Amerika (USA) dan setelah puluhan tahun pabrik ini ditutup maka para pengrajin ex-karyawan pabrik sepatu kulit ini secara turun temurun terus mengembangkan sepatu ini sehingga kini telah menjadi bagian dari karya industri khas dari kota Asahan. Usaha pengrajin ini masih terus berjalan, bahkan sudah beberapa generasi. Namun sayangnya, hasil karyanya tidak banyak yang berkembang dalam segi pemasarannya.

Dengan bertambahnya produk, pemasaran produk yang luas akan meningkatkan pendapatan masyarakat yang nantinya akan membuka lapangan kerja bagi masyarakat setempat sehingga tidak perlu lagi harus merantau ke luar daerah untuk mencari pekerjaan. Dan hal yang paling utama dengan menggunakan konsep pemasaran secara *online* diharapkan akan tetap dapat mempertahankan keberadaan produk sepatu bunut di pasaran sehingga tidak kalah bersaing dengan produk sepatu yang berasal dari daerah lainnya.

Dari latar belakang masalah diatas maka ada beberapa rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana proses pemasaran sepatu bunut yang dilakukan selama ini di Toko Sepatu Bunut Kisaran ?
2. Bagaimana merancang sistem pemasaran sepatu bunut pada Toko Sepatu Bunut Kisaran secara online ?
3. Apakah sistem yang dirancang ini akan lebih efektif dan efisien dari sistem sebelumnya ?

Adapun ruang lingkup pembahasan yang ada pada penulisan ini adalah :

1. Untuk perancangan *E-Commerce* menggunakan editor *Dreamweaver CS3* dan didukung dengan menggunakan *PHP* dan *MySQL*
2. Untuk *E-Commerce* pada Toko Sepatu Bunut Kisaran ini berbasis web yang hanya membahas informasi produk, profil dan data konsumen sebagai syarat konfirmasi dalam pemesanan.

Dalam penelitian ini ada beberapa tujuan yang akan dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana proses pemasaran sepatu bunut yang terjadi selama ini pada Toko Sepatu Bunut Kisaran.
2. Untuk dapat merancang konsep pemasaran sepatu bunut kisaran secara online.
3. Membandingkan sejauh mana efisiensi dan efektifitas sistem informasi yang dirancang dengan sistem yang sebelumnya

Hasil penelitian ini akan bermanfaat yaitu :

1. Memberikan alternatif konsep pemasaran bagi Toko Sepatu Bunut Kisaran sehingga

dapat digunakan untuk mempermudah dalam memasarkan produk sepatu bunut kisaran.

2. Dari alternatif konsep pemasaran secara online ini dapat memberikan peluang bagi masyarakat daerah di luar Kisaran untuk bisa mengenal dan mengetahui produk sepatu bunut Kisaran lebih luas.

2. TINJAUAN TEORI

2.1 Pengembangan Sistem

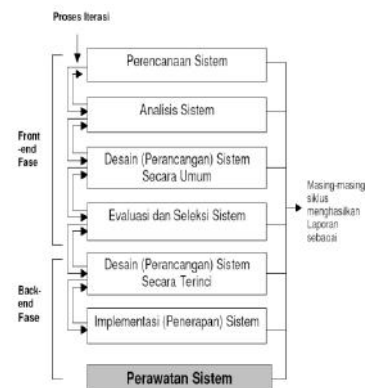
Pengembangan sistem yaitu menyusun suatu sistem yang baru untuk menggantikan sistem yang lama secara keseluruhan atau memperbaiki sistem yang sudah ada. Dalam hal ini perlu ada pengembangan sistem dengan adanya permasalahan yang timbul pada sistem yang lama. Adapun permasalahan yang timbul dapat berupa:

1. Ketidakterbacaan
 - a. Kecurangan yang disengaja yang menyebabkan tidak amannya informasi.
 - b. Kesalahan yang disengaja.
 - c. Tidak efisiennya operasi.
 - d. Tidak ditaatinya kebijaksanaan manajemen yang berlaku.
2. Pertumbuhan organisasi
 - a. Untuk meraih kesempatan.
 - b. Adanya instruksi-instruksi.

Tahapan utama siklus hidup pengembangan sistem terdiri dari :

1. Perencanaan sistem (*Systems Planning*).
2. Analisis sistem (*System Analysis*).
3. Perancangan Sistem (*Systems Design*) secara umum.
4. Seleksi sistem (*System Selection*).
5. Perancangan sistem (*Systems Design*) secara umum.
6. Implementasi dan pemeliharaan sistem (*System Implementation & Maintenance*).

Siklus hidup pengembangan sistem dilaksanakan dengan langkah-langkah utamanya adalah sebagai berikut :



Gambar 1 Siklus Hidup Pengembangan Sistem

2.2 Analisis Sistem

Analisis sistem adalah penguraian dari suatu sistem informasi yang utuh ke dalam bagian-bagian komponennya dengan maksud untuk mengidentifikasikan dan mengevaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan yang terjadi dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan (Jogiyanto, 1999). Tahap analisis dilakukan setelah tahap perencanaan sistem dan sebelum tahap desain sistem, seperti pada gambar 1.

2.3 Pemasaran

Menurut Stanton (2001) pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

Pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses bagi perusahaan, oleh karena itu perusahaan harus memiliki konsep pemasaran (*marketing concept*) untuk dijadikan sebagai falsafah dengan mempertimbangkan tiga faktor dasar berikut ini:

1. Saluran perencanaan dan kegiatan perusahaan harus berorientasi pada konsumen/pasar.
2. Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan perusahaan, dan bukannya untuk kepentingan diri sendiri
3. Seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan harus dikoordinasikan dan diintegrasikan secara organisasi.

Dalam pemasaran terdapat enam konsep yang dijadikan dasar bagi pelaksanaan kegiatan pemasaran suatu organisasi yaitu: konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan, konsep pemasaran sosial dan konsep pemasaran global.

1. Konsep produksi

Konsep produksi berpendapat bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dimana-mana dan harganya murah.

2. Konsep produk

Konsep produk mengatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, performansi dan ciri-ciri yang terbaik.

3. Konsep penjualan

Konsep penjualan berpendapat bahwa konsumen harus didekati dengan upaya penjualan dan promosi yang agresif.

4. Konsep pemasaran

Konsep pemasaran mengatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

5. Konsep pemasaran sosial

Konsep pemasaran sosial berpendapat bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan dengan cara yang lebih efektif dan efisien daripada para pesaing dengan tetap melestarikan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

6. Konsep pemasaran global

Pada konsep pemasaran global ini, Manajer Eksekutif berupaya memahami semua faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi pemasaran melalui manajemen strategis yang mantap. Tujuan akhirnya adalah berupaya untuk memenuhi keinginan semua pihak yang terlibat dalam perusahaan.

2.4 E- Commerce

Electronic Commerce (E-Commerce) adalah proses pembelian dan penjualan produk, jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik dengan memanfaatkan jaringan komputer. (M. Suyanto: 2003:11). *E-Commerce* juga mengandung pengertian sebagai penyebaran, pemasaran jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau jaringan komputer lainnya. *E-Commerce* dapat melibatkan transfer dan elektronik, sistem manajemen *inventory* otomatis dan sistem pengumpulan data otomatis. Selanjutnya Yuan Gao dalam *Encyclopedia of Information Science and Technology* (2005) menyatakan *E-Commerce* adalah penggunaan jaringan komputer untuk melakukan komunikasi bisnis dan transaksi komersial, kemudian di website *E-Commerce Net*, *E-Commerce* didefinisikan sebagai kegiatan menjual barang dagangan dan jasa melalui internet, seluruh komponen yang terlibat dalam bisnis praktis diaplikasikan disini, seperti *costomer service*, produk yang tersedia, cara pembayaran, jaminan atas produk yang dijual, cara promosi dan sebagainya.

2.4.1 Manfaat E-Commerce

Adapun manfaat dari *E-Commerce* adalah :

1. *Electronic Commerce* memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi lain selama 24 jam sehari sepanjang tahun hampir setiap lokasi.
2. *Electronic Commerce* memungkinkan partisipasi dalam pelelangan maya (*virtual auction*).
3. *Electronic Commerce* memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan, mereka bisa memilih berbagai produk dari banyak *vendor*.

4. Pelanggan bisa menerima informasi relevan secara detail dalam hitungan detik, bukan lagi hari atau minggu.
5. *Electronic Commerce* memberi tempat bagi para pelanggan untuk berinteraksi dengan pelanggan lain di elektronik komunitas dan bertukar pikiran serta berbagai pengalaman.
6. *Electronic Commerce* menawarkan pengurangan sejumlah biaya tambahan. Sebuah perusahaan yang melakukan bisnis di internet akan mengurangi biaya tambahan karena biaya tersebut tidak digunakan untuk gedung dan pelayanan pelanggan (*customer service*), jika dibandingkan dengan jenis bisnis lokal.

2.5 Web Site

Web Site merupakan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi, gambar gerak, suara atau gabungan dari semua baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk suatu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan link-link.

Web Site terdiri dari dua jenis, yaitu:

1. *Website Statis*
Website statis adalah *web* yang *content* atau isinya tidak berubah – ubah. Maksudnya adalah isi dari dokumen yang ada di *web* tersebut tidak dapat diubah secara mudah. Ini dikarenakan karena *script* yang digunakan untuk membuat *web* statis tidak mendukung untuk mengubah isi dokumen.
Web Site Statis memiliki ciri-ciri;
 - a. Informasi tetap.
 - b. Tidak berhubungan dengan *database*.
 - c. Tidak terdapat campur tangan pengunjung.
 - d. Tidak dibutuhkan bahasa pemrograman.
2. *Web Site Dinamis*
Website adalah *web* yang *content* atau isinya dapat berubah – ubah setiap saat. Karena dalam teknologi pembuatan *web* dinamis sudah dirancang semudah mungkin bagi *user* yang menggunakan *web* dinamis tersebut.
Web Site Dinamis memiliki ciri-ciri:
 - a. Informasi selalu berubah.
 - b. Selalu memiliki informasi terbaru.
 - c. Memiliki *database*.
 - d. Berinteraksi dengan pengunjung.
 - e. Biasanya memiliki bahasa pemrograman.

2.6 Internet

Internet adalah metode untuk menghubungkan berbagai komputer ke dalam satu jaringan komputer global, melalui protokol yang disebut dengan *Transmission Control Protocol/Internet Protokol (TCP/IP)*. Protokol adalah suatu petunjuk (aturan) yang menunjukkan

pekerjaan yang akan pengguna lakukan dengan *internet*, apakah akan mengakses situs *web* melakukan *transfer file*, mengirim *email*, dan sebagainya

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan untuk penelitian ini adalah :

1. Pengamatan (*Observasi*)
Pengamatan ini dilakukan dengan cara mengamati sistem dan proses kerja pada aplikasi toko *online*
2. Kepustakaan (*Library Research*)
Dalam metode ini menggunakan buku-buku yang berhubungan dengan topik dan masalah dalam penelitian ini.
3. Laboratorium (*Laboratorium Research*)
Metode ini dilakukan penelitian laboratorium komputer dimana data-data yang diperoleh diproses dan dibuat untuk menghasilkan rancangan isi pada aplikasi program toko *online*. Adapun hal yang terkait dengan laboratorium dapat diklasifikasikan seperti di bawah ini :
 - a. Komputer/Laptop
 - b. Modem
 - c. Kartu modem

4. ANALISIS dan HASIL

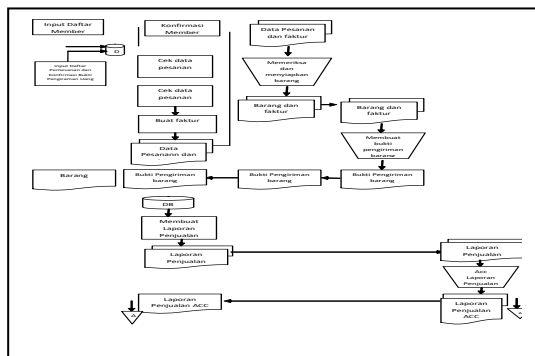
4.1 Perancangan Sistem

Perancangan sistem yang diusulkan adalah perancangan *E-Commerce* pemasaran sepatu bunut kisaran yang menggunakan bahasa pemrograman *PHP* dan *MySQL*. Sehingga dapat membantu dan mempermudah proses penjualannya untuk dipasarkan secara *online* dan dapat dilihat oleh semua pengguna internet. Adapun aliran sistem informasi (ASI) yang baru adalah sebagai berikut:

1. Pelanggan mendaftar sebagai *member*, kemudian memesan barang secara *online* dengan menginputkan data pesanan. Setelah mendapatkan konfirmasi, *member* mengirimkan uang sejumlah pesanan dan mengkonfirmasi bukti pengiriman uang.
2. Admin mengecek uang pesanan yang sudah dikirimkan oleh *member*. Kemudian mencetak data pesanan dan membuat faktur dan didistribusikan kepada karyawan.
3. Karyawan lalu mengecek persediaan barang dan mengambil barang yang dipesan berdasarkan data pesanan kemudian mengantarkan ke jasa pengiriman barang beserta faktur penjualan yang dilekatkan pada barang.
4. Jasa pengiriman barang memberikan bukti pengiriman barang kepada karyawan, dan mengantarkan barang kepada pelanggan.

5. Kemudian karyawan memberikan bukti pengiriman barang kepada admin, selanjutnya admin membuka *database file* produk dan pesanan untuk mencetak laporan data penjualan barang sebanyak rangkap 2.
6. Setelah itu pimpinan menyetujui laporan data penjualan barang, kemudian satu lembar untuk diarsip dan satunya lagi diberikan kepada admin.

Pelanggan Admin Karyawan Jasa Pengiriman Pimpinan



Gambar 2 Aliran Sistem Informasi Baru

4.1.1 Desain Input

Adapun yang menjadi desain *input* dalam perancangan sistem ini yaitu: *desain input* buku tamu, *desain input* pesanan untuk member, *desain input* data produk.

1. Desain Input Buku Tamu

Gambar 3 Desain Input Buku Tamu

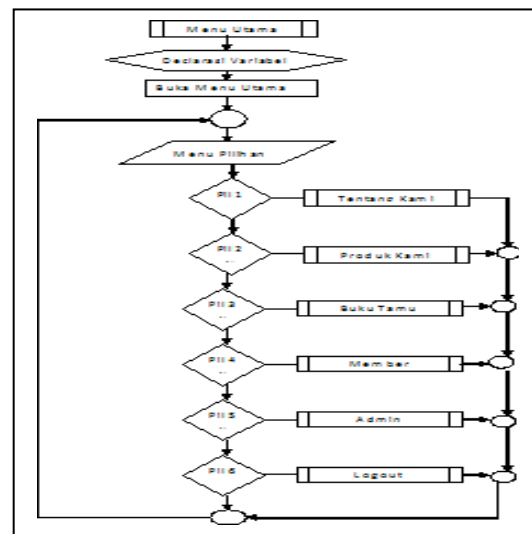
2. Desain Input Produk

Gambar 4 Desain Input Produk

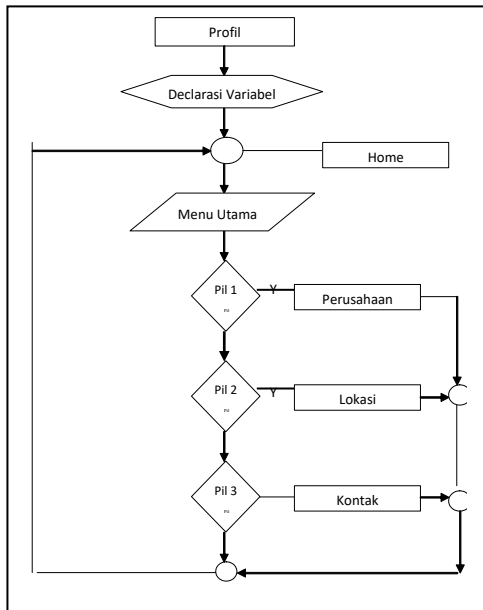
3. Desain Input Pemesanan Member

Gambar 5 Desain Input Pemesanan Member

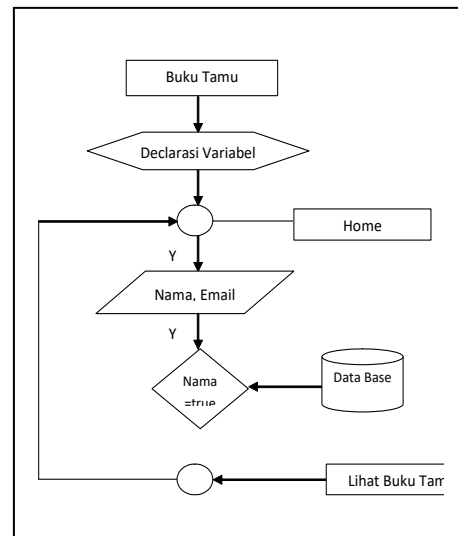
4.1.2 Disain Logika Program (Flowchart)



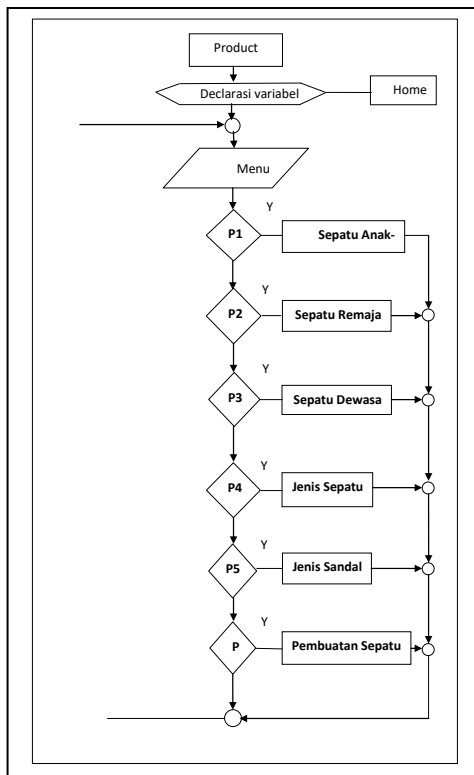
Gambar 6 Flowchart Menu Utama



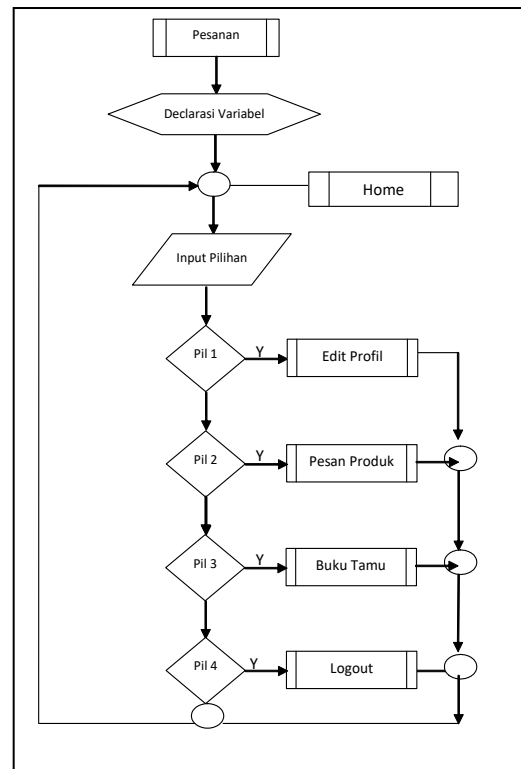
Gambar 7 Flowchart Tentang Kami



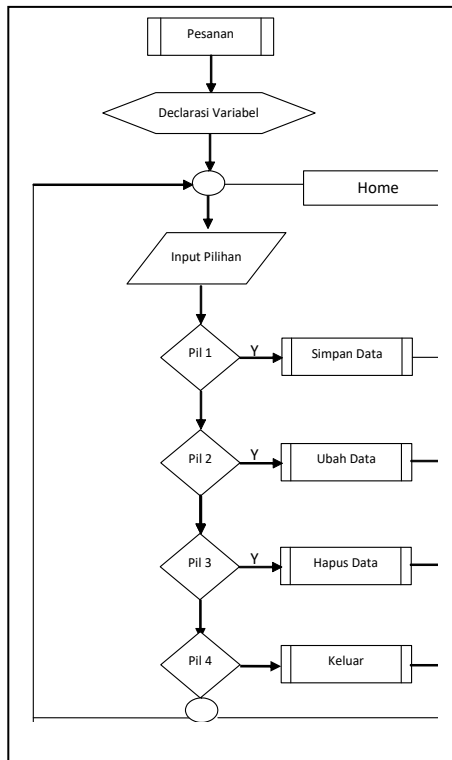
Gambar 9 Flowchart Menu Buku Tamu



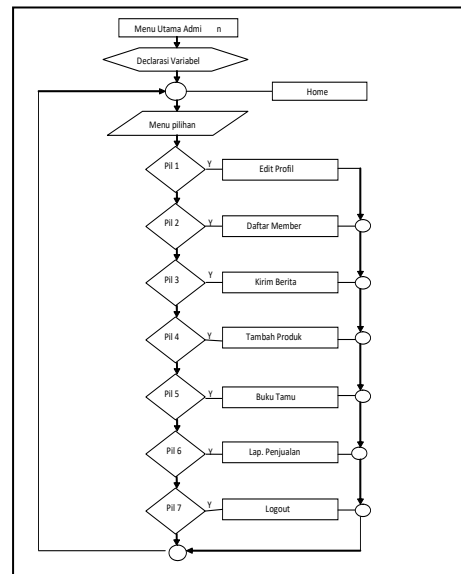
Gambar 8 Flowchart Produk



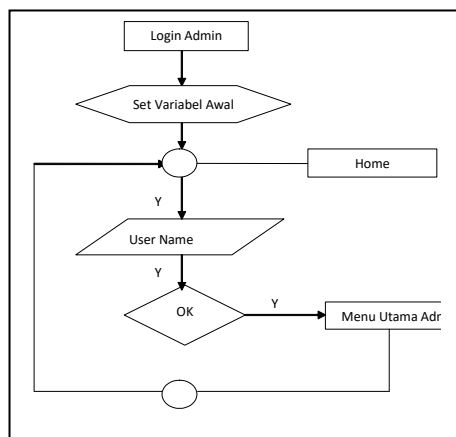
Gambar 10 Flowchart Menu Number



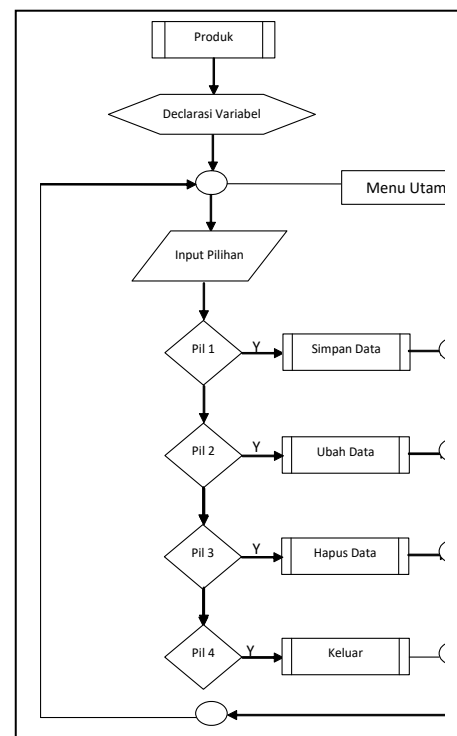
Gambar 11 Flowchart Pesanan



Gambar 13 Menu Admin



Gambar 12 Menu Admin



Gambar 14 Flowchart Tambah Produk

5. KESIMPULAN dan SARAN

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Sistem penjualan pada Toko Sepatu Bunut Kisaran yang dilakukan di Kabupaten Asahan

- pada umumnya masih dilakukan secara konvensional (*offline*) secara keseluruhan belum menggunakan sistem komputerisasi sehingga masyarakat di luar Kabupaten Asahan dan Sumatera Utara kurang mengetahui produk sepatu bunut tersebut.
2. Sistem informasi yang sedang dirancang menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL dengan *software* pendukung *Adobe Dreamweaver CS3*.
 3. Dengan menggunakan *E-Commerce* dalam kegiatan pemasaran sepatu bunut oleh masyarakat Kisaran, Kabupaten Asahan diharapkan dapat meningkatkan penjualan sepatu bunut sampai ke seluruh daerah dan luar negeri dan mampu bersaing dengan produk sepatu kulit yang berasal dari daerah lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, Agus, 1991, Efisiensi Persediaan Bahan Baku, UGM, Yogyakarta.
- Hansen, Don R., Mowen, Maryjane M., 2005. Akuntansi Manajemen, Edisi Ketujuh, Cetakan Pertama, Buku 2, Penerjemah Dewi Fitriyani dan Deny Arnos Kwary, Salemba Empat, Jakarta, hal 472.
- Jogiyanto, H.M, 1999, Analisa dan Desain Sistem Informasi, Andi Offset, Yogyakarta.
- Mcleodd, Reymond, 1993, Management Information System A Study Of Based Information System Fifth, Edition Mac Milan, Publishing Company, New York.
- Nugroho Bunafit, 2013, Dasar Pemrograman Web PHP MySQL dengan Dreamweaver, Jakarta, Gava Media.
- Suyanto, M, 2005, Pengantar Teknologi Informasi Untuk Bisnis, Yogyakarta, Andi Offset.
- Stanton William, J, 2003, Prinsip Pemasaran Jilid 1, Jakarta, Erlangga.

