

PERANCANGAN SISTEM PEMESANAN PRODUK UMKM GODIN PARFUM BERBASIS WEB

Kusnadi¹⁾, Chairun Nas²⁾, Rifqi Fahrudin³⁾, Billy Darmawan⁴⁾, Rio Maulana⁵⁾,
Ananda Rahayu⁶⁾, Aghitsni Maulaya Putri⁷⁾

^{1,4,5,6)} Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Catur Insan Cendekia,

²⁾ Manajemen Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Catur Insan Cendekia,

³⁾ Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Catur Insan Cendekia,

Kota Cirebon, Provinsi Jawa Barat, Indonesia

E-mail : kusnadi@cic.ac.id, chairun.nas@cic.ac.id, rifqi.fahrudin@cic.ac.id, billy.darmawan.ti.21@cic.ac.id,
rio.maulana.ti.21@cic.ac.id, ananda.rahayu.ti.21@cic.ac.id, aghitsni.putri.ti.21@cic.ac.id

ABSTRAK

Parfum memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari, digunakan dalam berbagai aplikasi seperti kosmetik, aromaterapi, obat-obatan, hingga pengharum ruangan dan produk pembersih. Fungsi parfum tidak hanya untuk menciptakan aroma yang lebih sedap tetapi juga untuk tujuan spesifik yang terkait dengan pengalaman tertentu dalam proses pembuatannya. Godin Parfum adalah salah satu toko yang menjual minyak wangi dan memiliki banyak pelanggan di daerah Cirebon, khususnya di Kabupaten Cirebon. Untuk mempermudah proses penjualan produk parfum, telah dirancang sebuah sistem pemesanan berbasis web untuk Godin Parfum. Sistem ini dibangun menggunakan framework Laravel dan akan dikelola oleh admin serta dapat diakses oleh pelanggan Godin Parfum. Pengembangan sistem menggunakan metodologi Model Waterfall. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah sistem pemesanan produk Godin Parfum yang berbasis web.

Kata kunci: Parfum, Godin Parfum, Sistem Pemesanan, Web, Laravel, Model Waterfall, Cirebon

ABSTRACT

Perfume plays an important role in daily life, used in various applications such as cosmetics, aromatherapy, medicine, room fresheners, and cleaning products. The function of perfume is not only to create a more pleasant aroma but also for specific purposes related to certain experiences in its production process. Godin Parfum is a perfume store that sells fragrances and has a significant customer base in the Cirebon area, particularly in Cirebon Regency. To streamline the product sales process, a web-based ordering system has been designed for Godin Parfum. This system is built using the Laravel framework and will be managed by an admin while being accessible to Godin Parfum customers. The system development employs the Waterfall Model methodology. The result of this research is a web-based product ordering system for Godin Parfum.

Keywords: Perfume, Godin Parfum, Ordering System, Web, Laravel, Waterfall Model, Cirebon

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Parfum atau wewangian merupakan aroma yang akrab dalam kehidupan kita sehari-hari. Aplikasinya pun beragam, mulai dari kosmetik, aromatherapy, obat, hingga pengharum ruangan, detergent dan aneka perlengkapan mandi. Hal tersebut terkait dengan fungsi parfum yang memang tidak hanya diciptakan untuk menghasilkan aroma lebih sedap, akan tetapi untuk tujuan spesifik yang dipengaruhi pengalaman tertentu dalam proses pembuatan. Godin Parfum merupakan salah satu toko parfum yang bergerak dibidang penjualan minyak wangi. Godin Parfum juga telah memiliki banyak pelanggan di daerah Cirebon, khususnya Kabupaten Cirebon. Dengan membuat Perancangan Sistem Pemesanan Produk Godin Parfum ini yang diharapkan akan memudahkan penjual dalam proses penjualan produk parfum. Aplikasi berbasis web ini akan dibangun dengan framework Laravel, web ini akan dikelola oleh admin dan akan dapat diakses oleh customer Godin Parfum. Metodologi pengembangan sistem yang digunakan adalah Model Waterfall. Hasil yang dicapai dari penelitian ini adalah sistem pemesanan produk Godin Parfum berbasis web.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka yang menjadi pokok permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana cara mempermudah proses penjualan produk parfum di Godin Parfum, khususnya di wilayah Cirebon?
2. bagaimana merancang sistem pemesanan yang efektif dan efisien untuk memenuhi kebutuhan pelanggan Godin Parfum?
3. Bagaimana menerapkan teknologi berbasis web menggunakan framework Laravel untuk mengelola dan mengoptimalkan pemesanan parfum?

C. Tujuan Kegiatan

Adapun tujuan dibuatnya aplikasi ini adalah :

1. Mengembangkan sistem pemesanan berbasis web untuk mempermudah dan mempercepat proses penjualan produk parfum di Godin Parfum.
2. Meningkatkan pengalaman pelanggan dengan menyediakan platform pemesanan yang mudah diakses dan dikelola.
3. Menerapkan metodologi Model Waterfall dalam pengembangan sistem untuk memastikan hasil yang terstruktur dan berkualitas.

D. Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari aplikasi ini adalah :

1. Meningkatkan Efisiensi Penjualan: Sistem pemesanan berbasis web akan mempermudah proses penjualan dan pemesanan produk, sehingga penjual dapat mengelola pesanan dengan lebih cepat dan efisien.
2. Kemudahan Akses bagi Pelanggan: Pelanggan Godin Parfum akan mendapatkan kemudahan dalam melakukan pemesanan kapan saja dan di mana saja melalui platform web yang user-friendly, sehingga meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan.
3. Manajemen Data yang Lebih Baik: Sistem ini akan memungkinkan pengelolaan data penjualan dan inventaris secara terpusat, sehingga memudahkan admin dalam mengawasi stok dan mengatur pemesanan dengan lebih baik.

4. Peningkatan Keamanan Transaksi: Dengan sistem berbasis web yang terstruktur, transaksi dapat dilakukan dengan lebih aman dan transparan, mengurangi risiko kesalahan dan penipuan.
5. Skalabilitas Bisnis: Sistem ini memungkinkan Godin Parfum untuk mengembangkan bisnisnya dengan lebih mudah, memungkinkan penambahan fitur-fitur baru atau penyesuaian sesuai dengan pertumbuhan dan kebutuhan pasar di masa depan.

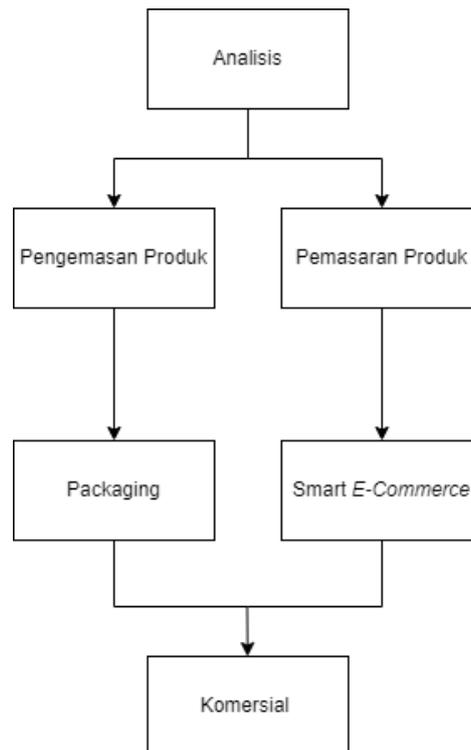
METODE

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode penelitian, salah satunya adalah metode pengumpulan data, yang meliputi:

1. Metode Wawancara
Merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung kepada pihak Desa Pasindangan dan masyarakat untuk memperoleh data yang diperlukan.
2. Metode Observasi
Merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengamati objek penelitian secara langsung.
3. Metode Study Pustaka
Merupakan metode pengumpulan data dengan mencari referensi dari berbagai sumber seperti buku, dokumen, dan artikel di internet yang relevan dengan penelitian ini.

A. Rancangan Teknologi

Rancangan teknologi yang akan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan mitra dapat dilihat pada bagan di Gambar 1 berikut :



Gambar 1. Rancangan Teknologi yang akan diterapkan

Tahapan awal dalam rancangan teknologi adalah dengan melakukan analisis. Saat ini, Godin Parfum membutuhkan penerapan teknologi bagi produknya berupa desain pengemasan produk yang menarik dan Godin Parfum juga dijual-belian melalui online shop sehingga dapat memperkenalkan merk dari produk Godin Parfum dan pemasaran produk secara luas tanpa batas dengan menggunakan E-Commerce. Dalam pengemasan produk, teknologi yang digunakan berupa pembuatan desain kemasan produk yang menarik dan meningkatkan minat beli konsumen. Desain kemasan akan dirancangan menggunakan Digital Painting dan untuk pengemasan produk menggunakan kemasan Kardus dan dilapisi menggunakan Bubble Wrap agar produk dapat lebih aman ketika dikirim kekonsumen. Selanjutnya desain kemasan yang telah dirancang akan di cetak dengan teknologi Digital Printing dan siap untuk dilakukan pengemasan produk. Dalam pemasaran, teknologi yang digunakan adalah sistem Smart E-Commerce yang berbasis pada web. Sistem E-Commerce ini akan dibangun dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL. Sistem Smart E-Commerce ini di desain menggunakan BOOTSTRAP. Sistem Smart E-Commerce ini akan memiliki beberapa fitur yang menyajikan informasi produk, promosi produk, pembelian produk secara online dan fitur lain-lain. Sistem Smart E-Commerce ini juga membantu mitra dalam menganalisis daya beli masyarakat, kebutuhan konsumen dimasa yang akan datang dan mempromosi produk mitra ke konsumen secara real-time.

B. Rancangan Implementasi

Setelah dilakukan perancangan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan mitra, selanjutnya dilakukan implementasi terhadap rancangan teknologi yang telah dibuat. Tujuan dilakukan implementasi ini adalah agar hasil rancangan teknologi dapat diterapkan untuk pengemasan dan pemasaran produk yang dimiliki oleh Godin Parfum. Implementasi rancangan kemasan yang telah di desain dengan menggunakan Digital Painting dan telah dicetak, selanjutnya digunakan untuk mengemas produk Godin Parfum. Terdapat 1 ukuran kemasan produk, yaitu ukuran kemasan 35 ml. Selanjutnya implementasi rancangan Smart E-Commerce yang telah dibangun dilakukan dengan cara mempublish sistem ke Server Hosting yang ada di Internet. Server Hosting yang digunakan adalah Hosting IDCloudHost, di mana server ini banyak digunakan oleh para pengembang usaha online untuk menghosting sistem E-Commerce usahanya. Sehingga setelah dilakukan hosting sistem, maka sistem Smart E-Commerce ini dapat diakses di manapun dan kapanpun, asalkan memiliki fasilitas internet dan gadget untuk mengakses sistem E-Commerce ini.

Setelah dilakukan implementasi rancangan kemasan dan E-Commerce, selanjutnya melakukan edukasi kepada mitra terhadap penggunaan dari teknologi serta penggunaan kemasan. Dari edukasi ini, maka mitra dapat menggunakan kemasan yang telah dirancang untuk produknya dan memasarkan produk secara luas dengan menggunakan E-Commerce yang telah diimplementasikan. Penedukasian kepada mitra dilakukan secara offline.

C. Rancangan Lanjutan

Setelah dilakukan pengimplementasian baik dalam bentuk kemasan dan penerapan teknologi pemasaran, maka dilakukan evaluasi untuk mengetahui kekurangan atau rancangan selanjutnya yang dapat dikembangkan untuk kebutuhan mitra. Serta dalam pemasaran juga dapat dikembangkan melalui jejaring sosial media

dengan menerapkan metode Digital Content Marketing, sehingga promosi produk lebih terarah dan sampai dengan baik ke konsumen

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pemasaran Berbasis Digital

Pemasaran merupakan suatu fungsi yang secara langsung menentukan penjualan dan kegiatan yang mempunyai cakupan yang luas karena selain mencakup bagian internal juga mencakup bagian eksternal perusahaan. Pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial di mana individu atau kelompok bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui kreativitas, penawaran dan pertukaran nilai produk dengan yang lain. Saat ini, dalam pemasaran sebuah produk terdapat strategi-strategi yang perlu dilakukan, salah satunya adalah strategi pemasaran digital. Pemasaran digital merupakan proses memasarkan produk secara online dengan difasilitasi internet. Saat ini terdapat banyak teknologi digital yang berkembang dan dapat digunakan dalam memasarkan produk secara online. Dengan strategi pemasaran digital ini, maka produk dapat dipasarkan secara luas tanpa ada batas.

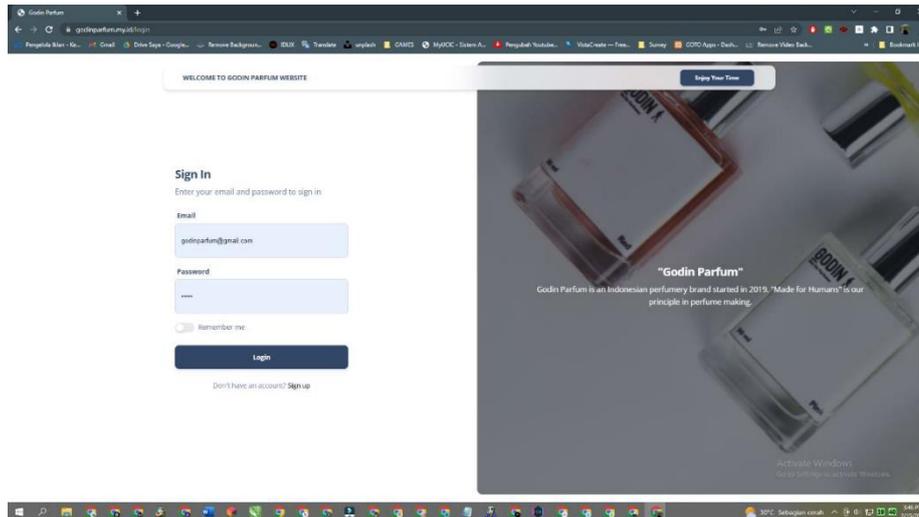
B. Smart E-Commerce

Electronic Commerce (E-Commerce) adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer. E-Commerce merupakan bagian dari E-Business, di mana cakupan E-Business lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dan lain-lain. E-Commerce bisa membantu perkembangan pertumbuhan ekonomi domestic dan juga saat ini E-Commerce dapat menjadi alternatif untuk mencapai perekonomian global dengan cara yang lebih efektif dan efisien. Dengan penerapan Smart E-Commerce, maka dapat membantu mitra untuk dapat menganalisis kebutuhan pasar, daya beli konsumen dan juga memungkinkan promosi produk ke konsumen secara luas, sehingga dengan penerapan Smart E-Commerce ini dapat meningkatkan profit penjualan. Penerapan Smart E-Commerce akan merubah semua kegiatan marketing dan juga sekaligus memangkas biaya-biaya operasional untuk kegiatan trading (perdagangan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

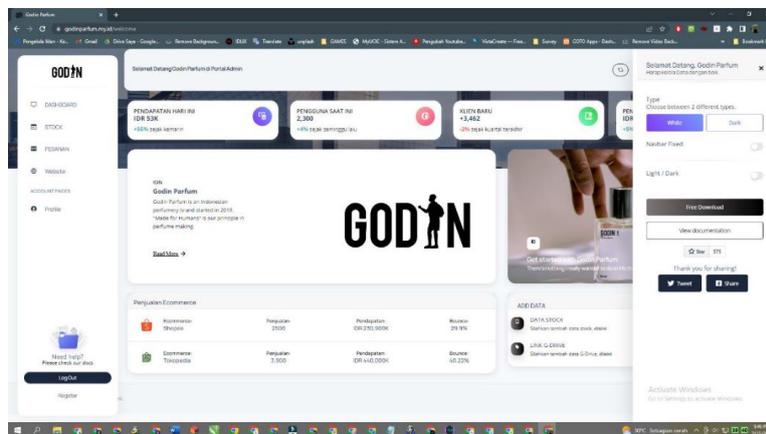
A. Implementasi

1. Halaman login



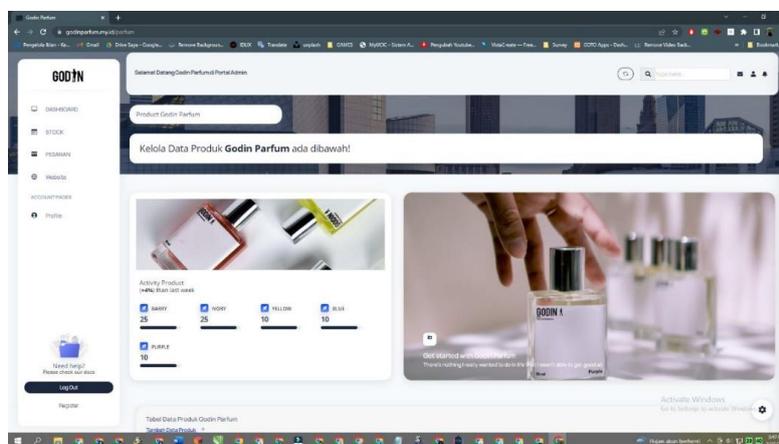
Admin melakukan Login terlebih dahulu untuk masuk ke halaman web.

2. Dashboard Admin

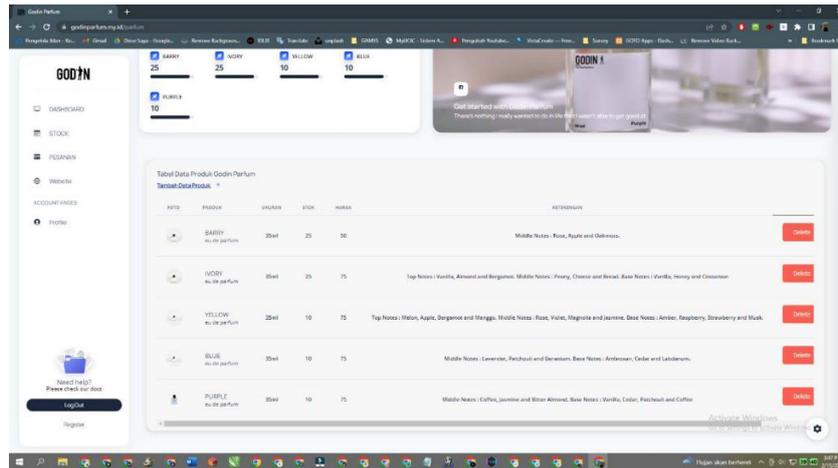


Tampilan setelah Admin melakukan Login

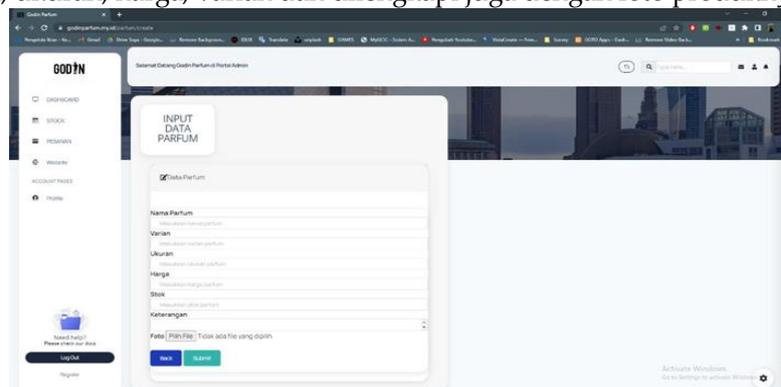
3. Stock



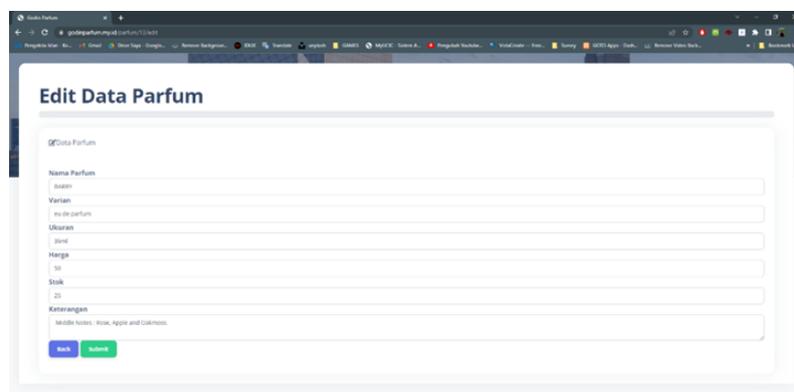
Dibagian Stock ini Admin bisa mengetahui Stock Parfum yang tersisa juga mencari produk yang ingin dicari, serta menambahkan data produk parfum baru, mengedit data dan menghapus data



Di sini Admin bisa mengetahui Stock Parfum yang tersisa serta jenis Parfum mulai dari stock, ukuran, harga, varian dan dilengkapi juga dengan foto produknya

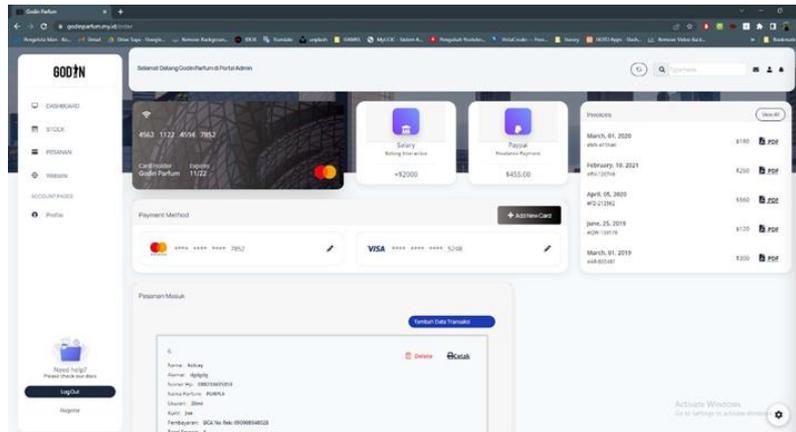


Di sini Admin bisa menambahkan data produk baru. Admin dapat melengkapi form tersebut mulai dari nama parfum, varian, ukuran, harga, stock parfum, keterangan dan juga foto. Setelah semua diisi dengan benar, untuk menyimpan data, Admin mengklik "Submit", lalu penambahan data parfum baru telah tersimpan



Admin dapat mengedit Data Parfum jika ada kesalahan, dan yang dapat Admin ubah yaitu mulai dari nama parfum, varian, ukuran, harga, stock parfum, keterangan, tapi tidak dengan foto. Setelah semua sudah diisi dengan benar, untuk menyimpan data, Admin mengklik "Submit", lalu pembaruan data parfum telah tersimpan.

4. Pesanan



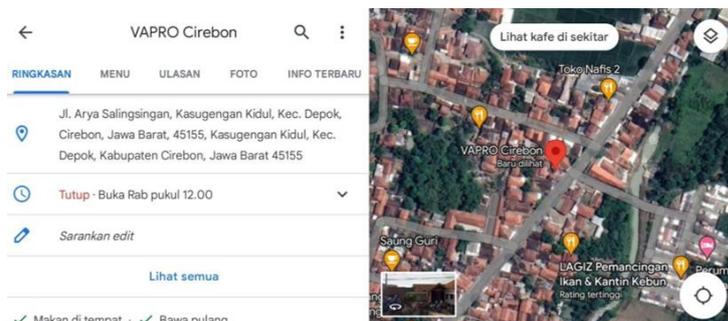
Dalam bagian Pesanan ini Admin dapat mencari data transaksi serta mengetahui pesanan yang masuk, menambahkan data transaksi, menghapus data dan mencetak data transaksi.



Contoh hasil cetak data transaksi, di sini Admin dapat print data transaksi, destination, layout dan color. Dibagian more settings Admin dapat mengubah paper size, pages persheet, margins, scale dan options.

B. Pelaksanaan

Sosialisasi kepada pihak terkait yaitu Godin Parfum dilakukan ada tanggal 9 Agustus 2024 bertempat di Rumah pemilik Godin Parfum tersebut. Kami menjelaskan bagaimana cara pemesanan melalui web yang telah kami buat, cara kerja sistem dan cara melihat barang pesanan. Kami juga menjelaskan bagaimana tampilan-tampilan yang ada di halaman web kami. Setelah selesai menjelaskan mengenai hal tersebut, pihak terkait menyatakan bahwa aplikasi yang dibuat sudah bagus dan memenuhi syarat, namun pihak terkait menyatakan bahwa seperti apa fitur-fitur yang ingin dihindari dan sistem apa yang harus diperbaharui.





SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan berbagai metode pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi, dan studi pustaka, sangat efektif dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan. Melalui metode wawancara, diperoleh data yang langsung dari sumber utama, yakni pihak Desa Pasindangan dan masyarakat, sehingga memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi yang diteliti. Metode observasi memungkinkan peneliti untuk memahami situasi lapangan secara langsung, memberikan insight yang mendalam dan faktual. Sementara itu, metode studi pustaka melengkapi informasi dengan data sekunder yang relevan dari berbagai literatur, memperkuat validitas dan keandalan penelitian. Kombinasi ketiga metode ini menghasilkan data yang komprehensif dan valid, yang mendukung tercapainya tujuan penelitian.

REFERENSI

- Almasari, D. (2016). Parfum dan aplikasi dalam kehidupan sehari-hari. Jakarta: Graha Ilmu.
- Haris, A., & Putra, R. (2019). Teknologi web modern dengan Laravel. Bandung: Informatika.
- Suwandi, Kusnadi, Chandra Lukita, Suhadi Parman, & Marsani Asfi. (2024). Pendampingan Pengemasan Dan Pemasaran Produk Sayuran Organik Dan Budidaya Lele Secara Aquaponik Di Yayasan Harapanku Kota Cirebon. *Jurnal Abdi Nusa*, 4(1), 91–96. <https://doi.org/10.52005/abdinusa.v4i1.139>
- Larasati, S. D. (2018). Aromatherapy dan kesehatan: Manfaat wewangian bagi kehidupan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Prasetyo, E. (2017). Pengembangan sistem informasi berbasis web dengan framework Laravel. Surabaya: Andi Publisher.
- Subagyo, T. (2015). Metodologi penelitian sistem informasi: Pendekatan waterfall. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Susilo, R. A. (2020). Penerapan metode waterfall dalam pengembangan sistem pemesanan online. Jakarta: Penerbit Salemba.
- Wibowo, R. (2019). Implementasi framework Laravel dalam pengembangan aplikasi web. Semarang: Universitas Diponegoro Press.
- Yulianti, L. (2018). Pengharum ruangan dan penggunaannya di Indonesia. Bandung: Penerbit ITB.
- Zulfikar, A. (2015). Aplikasi praktis aromatherapy dalam kehidupan sehari-hari. Jakarta: Erlangga.