MEMBANGUN APLIKASI E-COMMERCE PADA TOKO RICHIPHOBIA STORE

Penguji:

1. Eko Budi Setiawan, S.Kom.
2. Edi Mulyana, M.T.
3. Iskandar Ikbal, S.T., M.Kom.

Latar Belakang

- Richiphobia Store merupakan toko yang bergerak dalam bidang penjualan produk berupa pakaian jadi di kota Cikarang.
- Richipobia Store masih melakukan promosi bersifat menyebarkan stiker
- Selain itu juga proses pengolahan laporan penjualan masih dilakukan secara manual menggunakan tulisan tangan
- Richiphobia Store juga ingin memperluas jangkauan usahanya dengan sistem yang lebih komunikatif, interaktif dan efektif

Identifikasi Masalah

- Belum adanya sarana yang efektif untuk mempromosikan produk Richiphobia Store secara meluas.
- Pembuatan laporan penjualan masih dilakukan secara manual menggunakan tulisan tangan
- Sulitnya memperluas jangkauan usaha richiphobhia store
- Tidak adanya media yang bisa membuat richiphobia store lebih interaktif dan komuniikatif dengan para costumer

Maksud Dan Tujuan

Maksud:

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka maksud dari penelitian ini adalah untuk membangun sistem aplikasi *e-commerce* berbasis *website* pada Richiphobia Store agar bisa menjadi solusi yang tepat dalam menyelesaikan permasalan richiphobia store.

Tujuan

- Menyediakan sarana untuk yang efektif untuk mempromosikan produk Richiphobia Store secara meluas.
- Mempermudah Richiphobia Store dalam pembuatan laporan.
- Membuat sistem yang bisa memperluas jangkauan usaha richiphobia
- Membuat sistem yang bisa membuat richiphobia store lebih bisa interaktif dan komunikatif dengan customer

Batasan Masalah

- Pengguna
- Data
- Proses
- Pembayaran
- Pengiriman
- Laporan
- Fitur belanja
- Keamanan
- Komunikasi

Fitur Unggulan

- Fitur unggulan yang terdapat pada aplikasi ini adalah Sistem Rekomendasi Cerdas (*Smart Recommendation System)* yang bertujuan untuk memperkirakan informasi yang menarik dan membantu konsumen dalam memutuskan produk apa yang akan dibeli.

Visi dan Misi

- Visi dari Richiphobia Store sendiri adalah menjual pakaian –pakaian yang tengah *in* dengan kualitas pakaian yang No 1.
- Misi Richiphobia Store adalah *peka zaman,* yaitu menjadikan produk penjualan di Richiphobia Store menjadi kesukaan para konsumen.

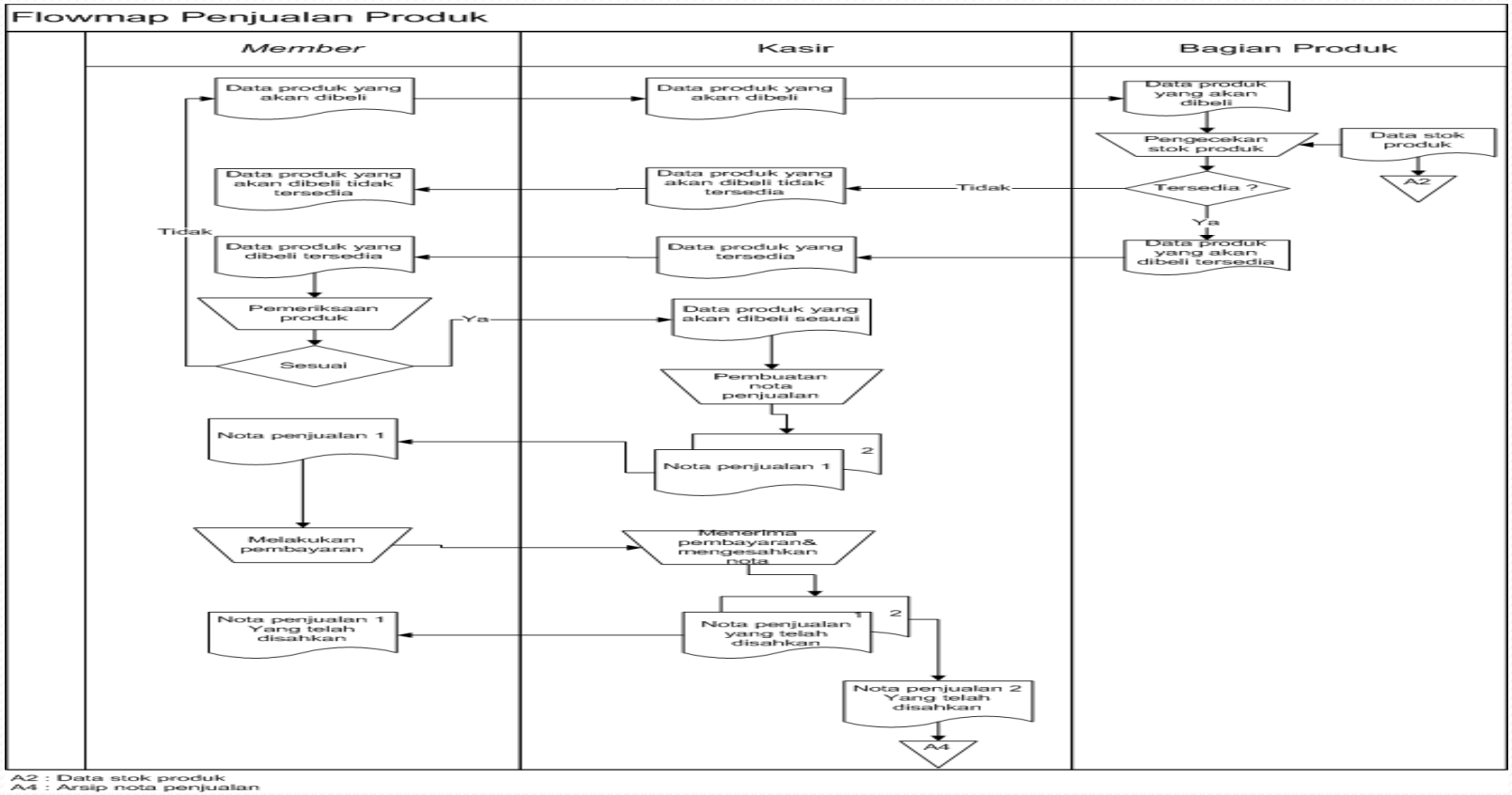
Analisis Masalah

Sistem penjualan yang digunakan oleh Richiphobia Store masih bersifat konvensional, yaitu untuk mendapatkan produk diinginkan, *member* diharuskan untuk mendatangi Richiphobia Store untuk melakukan transaksi pembelian.

Masalah

- Belum adanya sarana penjualan yang dapat memudahkan *member* untuk melakukan pembelian di Richiphobia Store
- *Member* masih kesulitan mendapatkan informasi tentang produk-produk yang ditawarkan oleh Richiphobia Store
- Pembuatan laporan penjualan masih dilakukan secara manual

Flowmap Pengadaan Produk



Item Collaborative Filtering

Collaborative filtering merupakan proses penyaringan atau pengevaluasian item menggunakan opini orang lain (Schafer dkk, 2007). *Collaborative filtering*

melakukan penyaringan data berdasarkan kemiripan karakteristik konsumen sehingga mampu memberikan informasi yang baru kepada konsumen karenasistem memberikan informasi berdasarkan pola satu kelompok konsumen yanghampir sama

Rating

- model rating skalar yang terdiri atas rating numerik seperti 1 sampai 5
- model rating biner dengan memilih antara setuju atau tidak setuju, atau dapatpula baik atau buruk
-) rating unary dapat mengindikasikan bahwa pengguna telah mengobservasi atau membeli item atau merating item dengan positif

Tabel Rekomendasi

KODE BAJU	UID009 (ROY)	UID010 (EKO)	UID011 (INDRA)	UID012 (RIZKI)	UID013 (BAYU)
KL0001	1^4	0	0	1^4	0
KL0002	1^5	1^5	0	1^5	0
KL003	1^4	1^5	0	0	0
KL004	1^2	1^5	0	1^5	0
KL005	0	0	0	0	1

Lanjutan

- KL0001 - KL0005 = kode baju yang ada pada toko baju.
- UID 009 - UID013 = kode pelanggan yang telah terdaftar.
- Angka 1 dan 0 = 1 jika pelanggan tersebut beli baju, 0 jika pelanggan tersebut tidak beli baju.
- Angka superskrip (1-5) = rating pelanggan yang diberikan oleh pelanggan.
- Skala rating = 1 (sangat tidak suka), 2 (sedikit suka), 3 (lumayan suka), 4 (suka),dan 5 (sangat suka).

Rumus

$$R = \frac{\frac{\sum B * \text{rating} * 100}{5 * 1}}{C}$$

Keterangan

- B = Nilai pembelian baju (1 jika membeli & 0 jika tidak membeli)
- rating = Jumlah rating yang diberikan oleh pelanggan ke baju yang disukai
- 100 = Nilai maksimum 100, nilai rekomendasi tertinggi adalah 100
- 5 = Nilai maksimum rating yang diberikan oleh pelanggan
- 1 = Nilai maksimum pembelian yang dilakukan oleh pelanggan, jika pelangganmembeli lebih dari satu baju, dalam formula ini tetap akan dihitung membelisatu baju.
- C = Jumlah pengguna yang mempunyai pola pembelian yang sama dengan pelanggan yang melakukan login.

ERD

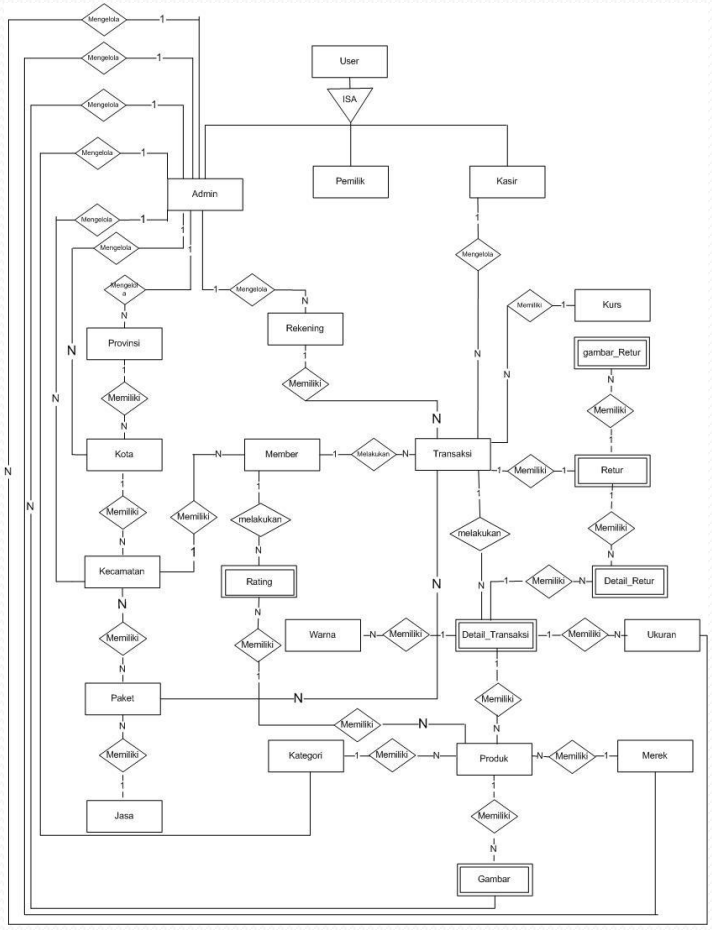
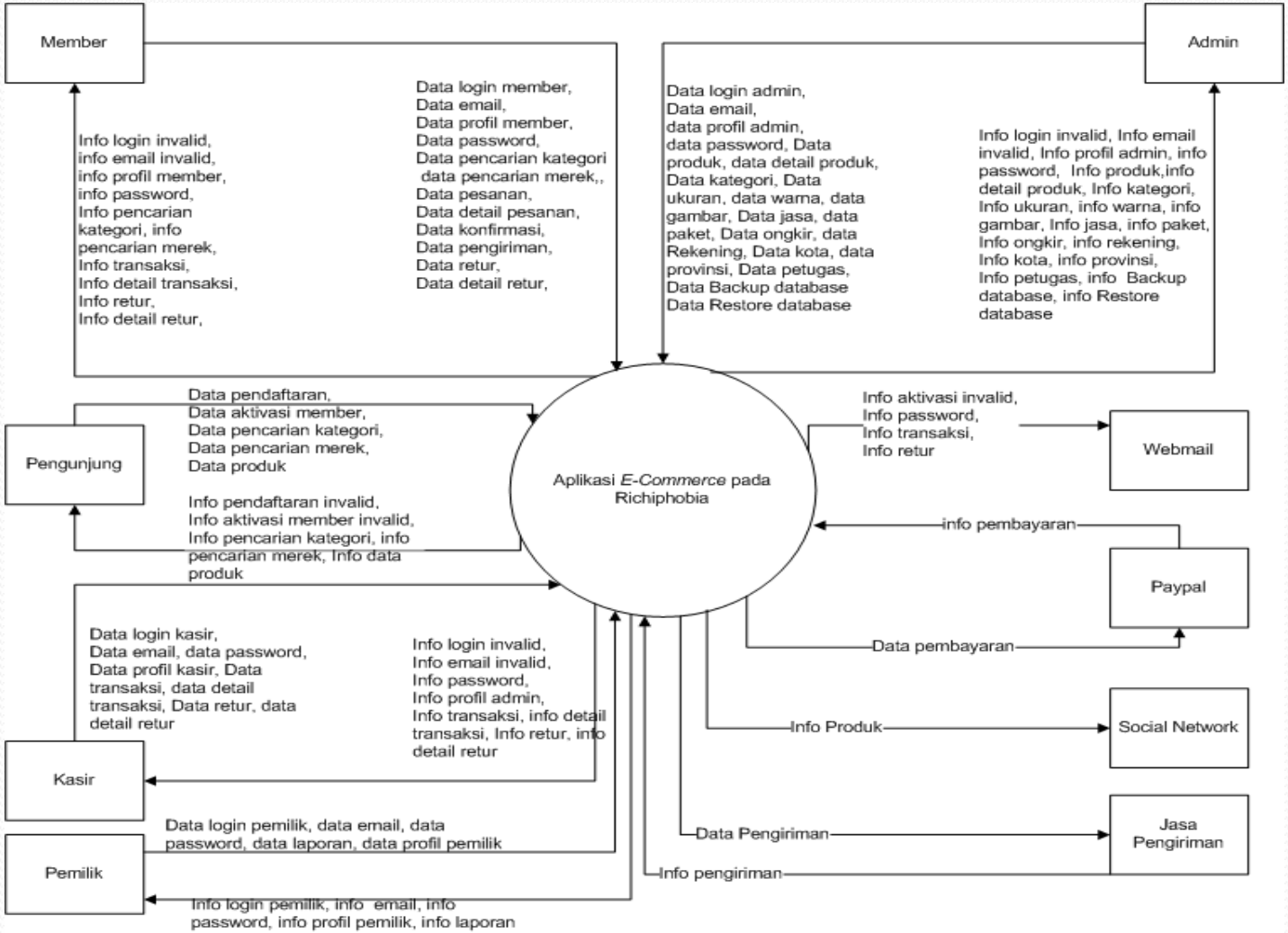
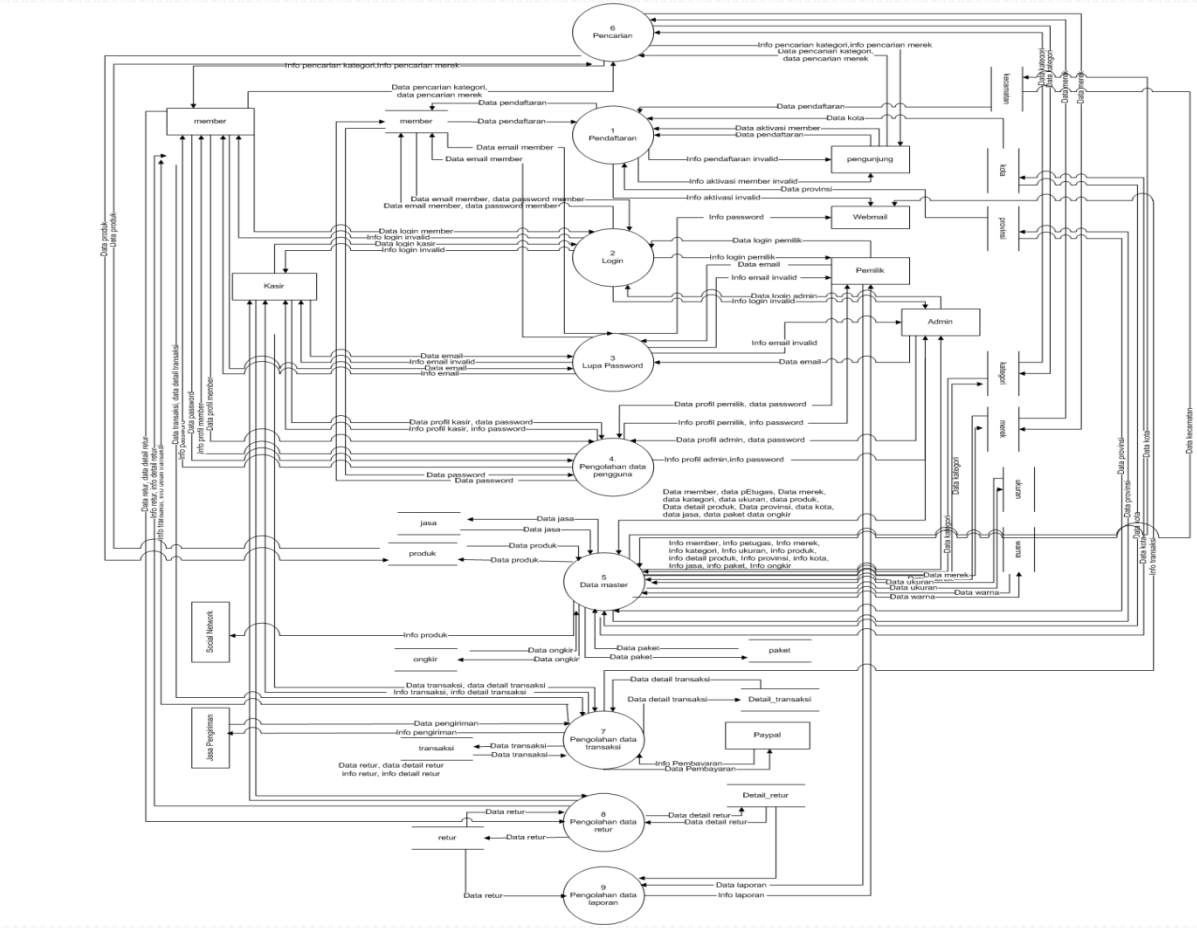

User
ISA
Pemilik
Kasir
Admin
Mengelola
Provinsi
Kota
Kecamatan
Jasa
Paket
Rekening
Member
Rating
Transaksi
Detail_Transaksi
Retur
Detail_Retur
gambar_Retur
Kurs
Warna
Ukuran
Kategori
Produk
Merek
Gambar
Memiliki
melakukan
Melakukan

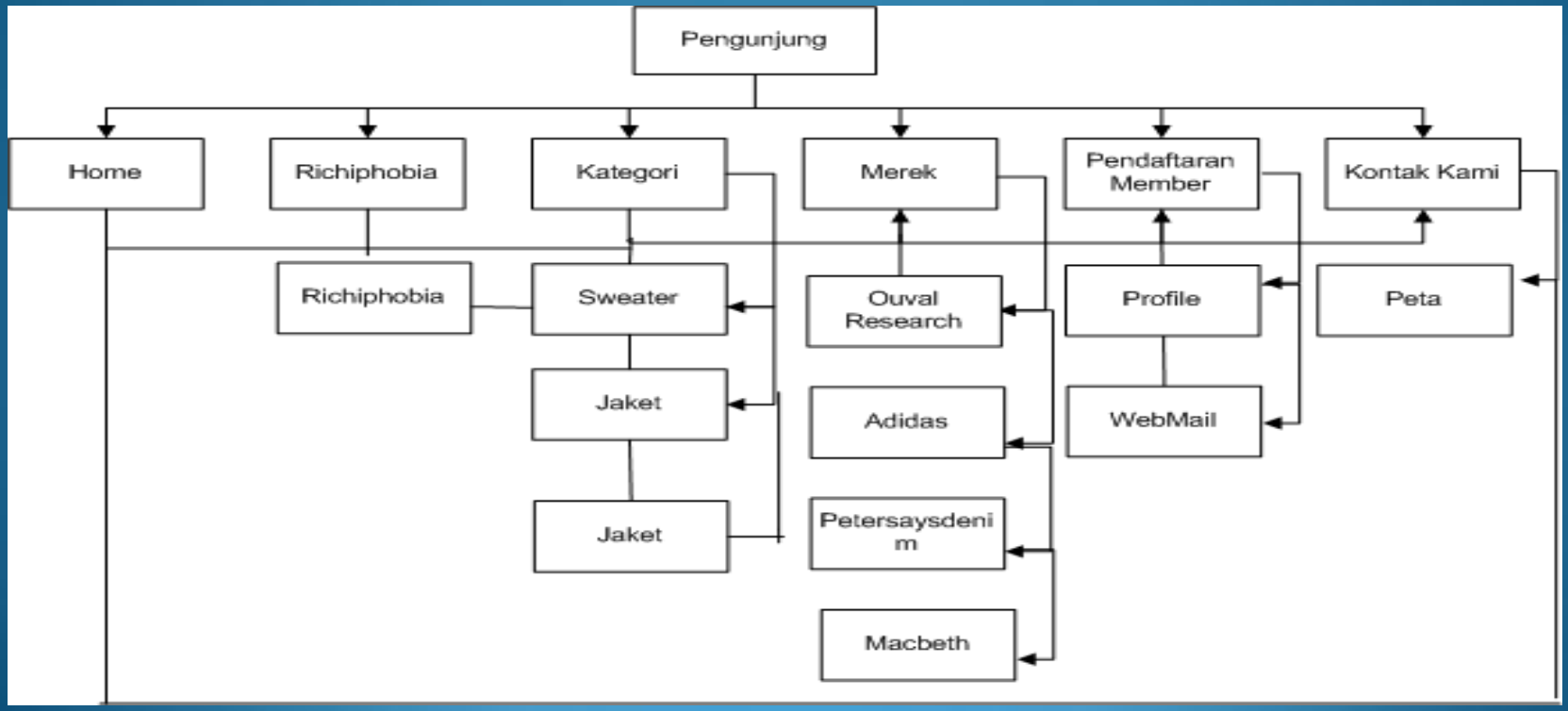
Diagram konteks



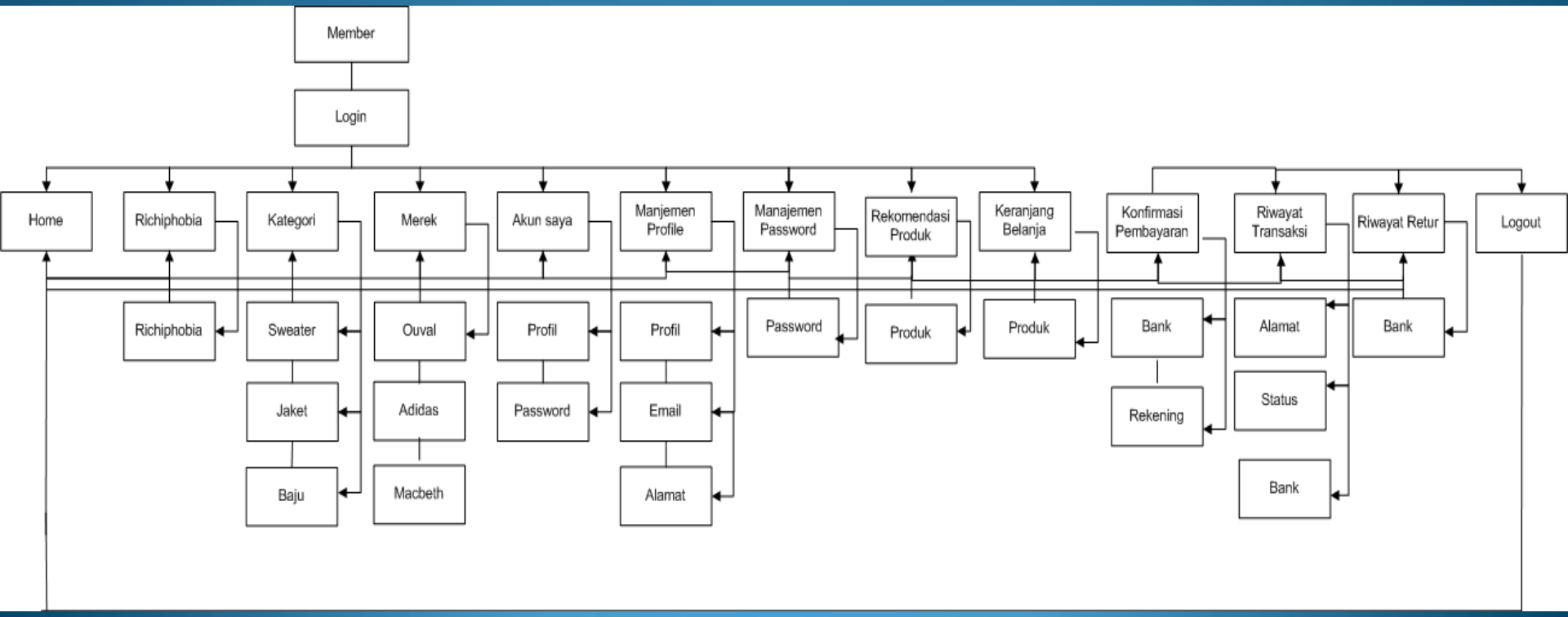
DFD LEVEL 1


6 Pencarian
1 Pendaftaran
2 Login
3 Lupa Password
4. Pengolahan data pengguna
5 Data master
7 Pengolahan data transaksi
8 Pengolahan data retur
9 Pengolahan data laporan
member
Kasir
pengunjung
Webmail
Pemilik
Admin
jasa
produk
ongkir
paket
Detail_transaksi
Detail_retur
Paypal
Social Network
Jasa Pengiriman
retur
Info pencarian kategori,info pencarian merek
Data pencarian kategori, data pencarian merek
Data pendaftaran
Data email member
Info pendaftaran invalid
Info aktivasi member invalid
Info aktivasi invalid
Data login member
Info login invalid
Data login kasir
Data login pemilik
Info login pemilik
Info email invalid
Data login admin
Data email
Info email
Data profil kasir, data password
Info profil kasir, info password
Data profil pemilik, data password
Info profil pemilik, info password
Data profil admin, data password
Info profil admin,info password
Data password
Data member, data pEtugas, Data merek, data kategori, data ukuran, data produk, Data detail produk, Data provinsi, data kota, data jasa, data paket data ongkir
Info member, info petugas, Info merek, info kategori, Info ukuran, info produk, info detail produk, Info provinsi, info kota, Info jasa, info paket, Info ongkir
Data jasa
Data produk
Info produk
Data ongkir
Data paket
Data transaksi, data detail transaksi
Info transaksi, info detail transaksi
Data detail transaksi
Data pengiriman
Info pengiriman
Data transaksi
Info Pembayaran
Data Pembayaran
Data retur, data detail retur
info retur, info detail retur
Data retur
Data detail retur
Data laporan
Info laporan
Data kategori
Data merek
Data ukuran
Data warna
Data provinsi
Data kota
Data kecamatan
Info transaksi

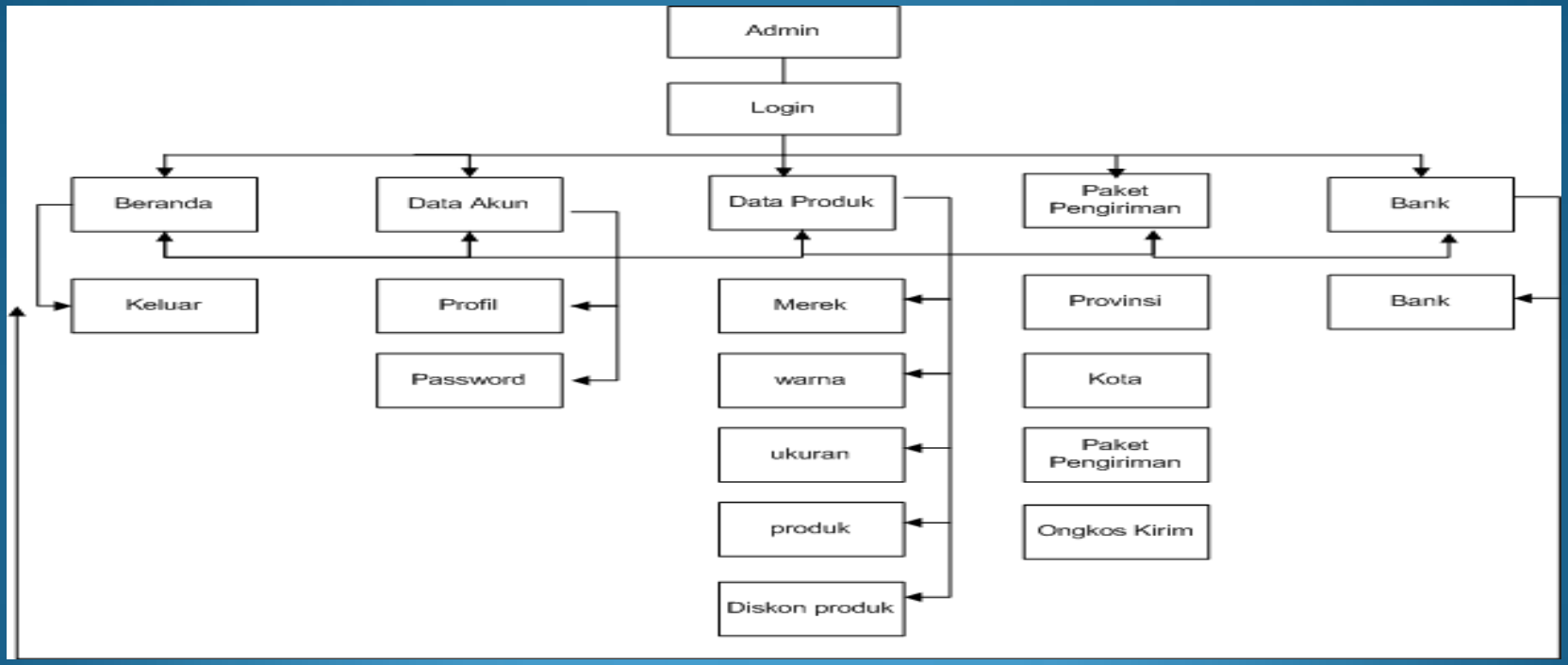
Struktur Menu Pengunjung



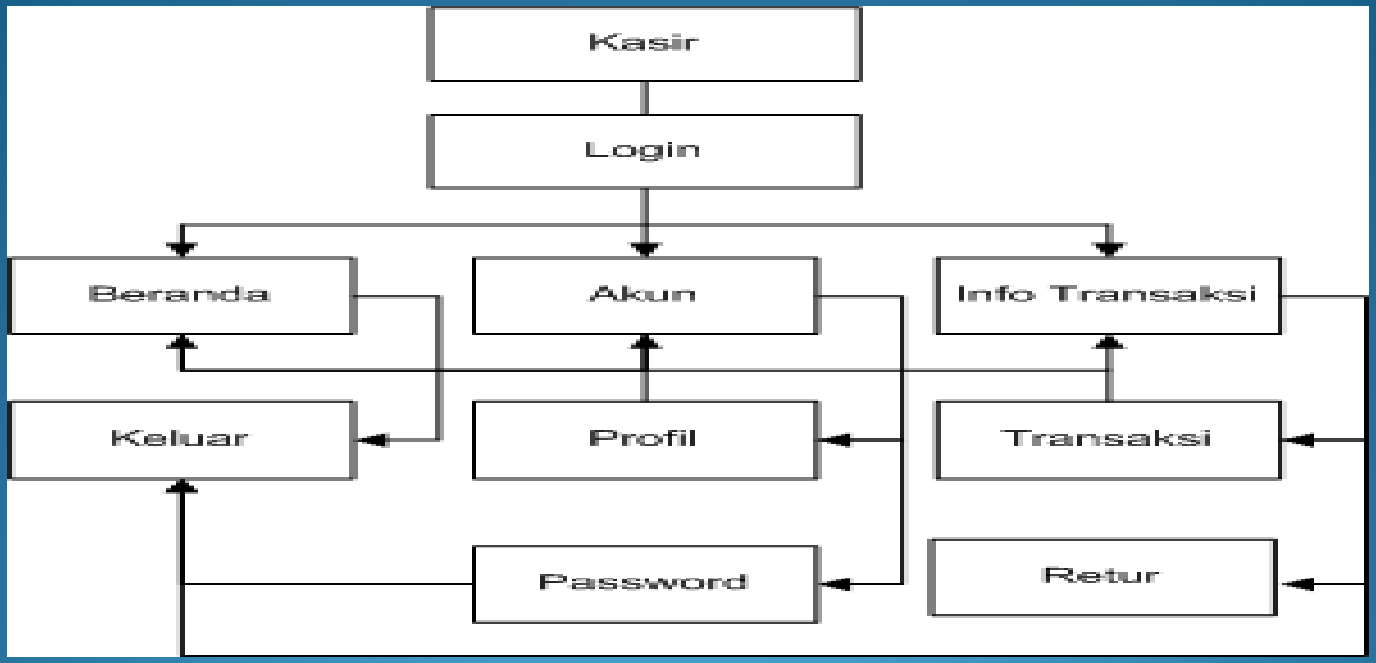
Struktur Menu Member



Struktur Menu Pemilik



Struktur Menu Kasir



kuisioner

Kuesioner disebarkan menggunakan teknik sampling yaitu *Simple Random Sampling* yang disebarkan kepada 20 orang pengunjung dan 20 orang konsumen. Dari hasil kuesioner tersebut akan dilakukan perhitungan dengan menggunakan skala likert agar dapat diambil kesimpulan terhadap penilaian penerapan sistem yang baru.

jawaban

Skala Jawaban	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setutu	5
ST	Setuju	4
RG	Ragu-Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Keterangan

Data interval dapat dianalisis dengan menghitung rata-rata jawaban skoring setiap jawaban dari responden, sebagai berikut (Sugiyono, 2010) :

Jumlah skor ideal (kriterium) untuk seluruh item = 5 x jumlah responden.

Jumlah skor = Jumlah skor x jumlah responden

Rata-rata = (Jumlah skor : jumlah skor ideal) x 100%

Range skor rata-rata :



SEKIAN DAN TERIMA KASIH