

## Rancang Bangun *Website E-Commerce* Sebagai Media Promosi dan Peningkatan Penjualan pada Toko Sevent Sport

Muhammad Aziz Hidayatulloh, Alexander Dharmawan, Harries Arizona  
Ismail

Universitas Aki

222210022@student.unaki.ac.id

### ABSTRACT

*The development of information technology and the internet has brought significant changes to the business world, including the trade sector. The use of e-commerce websites today is not only a means of buying and selling but also serves as an effective promotional tool to expand market reach. Sevent Sport, a sports equipment provider, requires a system capable of supporting digital promotional and sales activities to compete with similar stores and meet the needs of customers who increasingly prioritize ease and speed of transactions. This research aims to design and build an e-commerce website that can be used as a promotional tool and increase sales at Sevent Sport. The methodology used is the Waterfall system development model, which consists of the stages of needs analysis, design, implementation, testing, and maintenance. The needs analysis was conducted to identify the problems encountered and the required features, such as a product catalog, shopping cart, ordering system, payment integration, product management, discount promotions, and transaction reports. The system design was created using UML diagrams and then implemented using the PHP programming language, a MySQL database, and a web-based supporting framework. The research results show that the e-commerce website is able to display product information in a structured manner, facilitate ordering and payment processes, and simplify the store owner's management of promotions and sales reports. Based on the results of the system testing conducted using the black box testing method, all key features functioned according to user needs. With this e-commerce website, Toko Sevent Sport can improve promotional effectiveness, expand its marketing reach, and support sales growth in the digital era.*

**Keywords:** e-commerce, website, promotion, sales, Sevent Sport

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan internet telah membawa perubahan signifikan dalam dunia bisnis, termasuk sektor perdagangan. Pemanfaatan *website e-commerce* saat ini tidak hanya menjadi sarana transaksi jual beli, tetapi juga berperan sebagai media promosi yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar. Toko Sevent Sport sebagai penyedia perlengkapan olahraga memerlukan sebuah sistem yang mampu mendukung kegiatan promosi dan penjualan secara digital agar mampu bersaing dengan toko sejenis dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin mengutamakan kemudahan serta kecepatan dalam bertransaksi. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun *website e-commerce* yang dapat digunakan sebagai media promosi dan peningkatan penjualan pada Toko Sevent Sport. Metodologi yang digunakan adalah model pengembangan sistem Waterfall, yang terdiri dari tahap analisis kebutuhan, perancangan, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan. Analisis kebutuhan dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi serta fitur yang dibutuhkan, seperti katalog produk, keranjang belanja, sistem

pemesanan, integrasi pembayaran, manajemen produk, promosi diskon, dan laporan transaksi. Perancangan sistem dibuat menggunakan diagram UML, kemudian diimplementasikan menggunakan bahasa pemrograman PHP, *database* MySQL, serta *framework* pendukung berbasis web. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *website e-commerce* yang dibangun mampu menampilkan informasi produk secara terstruktur, menyediakan kemudahan proses pemesanan dan pembayaran, serta mempermudah pemilik toko dalam mengelola promosi dan laporan penjualan. Berdasarkan hasil pengujian sistem yang dilakukan dengan metode *black box testing*, seluruh fitur utama dapat berjalan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dengan adanya *website e-commerce* ini, Toko Sevent Sport dapat meningkatkan efektivitas promosi, memperluas jangkauan pemasaran, serta mendukung peningkatan penjualan di era digital.

**Kata kunci:** *e-commerce, website, promosi, penjualan, Sevent Sport*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bisnis. Transformasi digital yang terjadi di zaman sekarang ini memungkinkan berbagai sektor untuk beradaptasi dan memanfaatkan teknologi guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional. Salah satu perkembangan yang paling signifikan dalam dunia bisnis adalah penggunaan teknologi digital dalam penjualan dan pembelian, yang terkadang dikenal dengan istilah *e-commerce*. *E-commerce* muncul sebagai solusi utama bagi para pelaku bisnis yang ingin memperluas pasar tanpa dibatasi oleh waktu dan tempat. Adanya sistem *e-commerce* memungkinkan para pelaku bisnis untuk berani menawarkan produk mereka, sehingga memberikan kemudahan bagi para pelanggan untuk berbelanja tanpa harus datang langsung ke toko. Di era digital ini, perilaku konsumen juga semakin berubah. Masyarakat semakin memilih bertransaksi secara daring karena lebih praktis, efisien, dan menawarkan beragam pilihan produk dalam satu platform.

Kecepatan bertransaksi, kemudahan membandingkan harga serta beragam promosi menarik yang ditawarkan platform *e-commerce* menjadi faktor utama yang menyebabkan banyak masyarakat beralih dari sistem tradisional ke sistem digital. Hal ini juga terkait dengan semakin banyaknya pengguna internet dan *smartphone* yang memudahkan masyarakat umum untuk mengakses berbagai layanan digital, seperti *e-commerce* [1].

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perlengkapan olahraga adalah Toko Sevent Sport. Seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap gaya hidup sehat dan olahraga, permintaan akan produk-produk yang berhubungan dengan olahraga juga semakin meningkat. Namun, untuk dapat beradaptasi dengan dunia digital saat ini, toko-toko tradisional harus menghadapi banyak tantangan, salah satunya adalah kebutuhan untuk menampung lebih banyak pelanggan dan rekan bisnis yang telah bermigrasi ke platform digital. Banyak bisnis yang telah

menggunakan *e-commerce* sebagai media utama mereka untuk melakukan transaksi bisnis, baik melalui situs web mereka sendiri maupun melalui *marketplace*.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bisnis. Transformasi digital yang terjadi di zaman sekarang ini memungkinkan berbagai sektor untuk beradaptasi dan memanfaatkan teknologi guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional. Salah satu perkembangan yang paling signifikan dalam dunia bisnis adalah penggunaan teknologi digital dalam penjualan dan pembelian, yang terkadang dikenal dengan istilah *e-commerce*. *E-commerce* muncul sebagai solusi utama bagi para pelaku bisnis yang ingin memperluas pasar tanpa dibatasi oleh waktu dan tempat. Adanya sistem *e-commerce* memungkinkan para pelaku bisnis untuk berani menawarkan produk mereka, sehingga memberikan kemudahan bagi para pelanggan untuk berbelanja tanpa harus datang langsung ke toko. Di era digital ini, perilaku konsumen juga semakin berubah. Masyarakat semakin memilih bertransaksi secara daring karena lebih praktis, efisien, dan menawarkan beragam pilihan produk dalam satu platform.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perlengkapan olahraga adalah Toko Sevent Sport. Seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap gaya hidup sehat dan olahraga, permintaan akan produk-produk yang berhubungan dengan olahraga juga semakin meningkat. Namun, untuk dapat beradaptasi dengan dunia digital saat ini, toko-toko tradisional harus menghadapi banyak tantangan, salah satunya adalah kebutuhan untuk menampung lebih banyak pelanggan dan rekan bisnis yang telah bermigrasi ke platform digital. Banyak bisnis yang telah menggunakan *e-commerce* sebagai media utama mereka untuk melakukan transaksi bisnis, baik melalui situs web mereka sendiri maupun melalui *marketplace*.

Toko Sevent Sport perlu melakukan inovasi pada sistem penjualannya dengan membuat platform situs web *e-commerce*. Situs web *e-commerce* ini diyakini dapat menjadi sarana promosi yang efektif dan membantu meningkatkan volume penjualan. Dengan adanya situs web *e-commerce*, pelanggan tidak hanya dapat melihat katalog produk secara *online*, tetapi juga dapat melakukan transaksi pembelian dengan lebih mudah, cepat, dan aman[2]. Selain itu, sistem *e-commerce* memungkinkan para pelaku usaha untuk menerapkan strategi pemasaran digital seperti pemasaran melalui media sosial, *search engine optimization* (SEO), dan *customer relationship management* (CRM) untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Perubahan dalam teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan sebuah revolusi signifikan di dunia bisnis, terutama dalam aspek pemasaran dan penjualan. Pada zaman digital saat ini, taktik pemasaran telah berubah secara drastis dari cara tradisional menuju metode yang lebih modern dan efisien yang mengandalkan teknologi. Promosi melalui saluran digital tidak hanya memberikan jangkauan yang lebih besar tetapi juga memberikan kesempatan untuk berinteraksi secara langsung dengan audiens yang dituju dalam waktu nyata.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Pendekatan ini berfokus pada analisis, perancangan, dan implementasi sistem informasi pemasaran berbasis web. Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi masalah yang dihadapi, seperti terbatasnya media promosi, penjualan yang masih dilakukan secara *offline*, serta pencatatan data dan laporan yang masih manual. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat merancang sebuah sistem yang dapat dijadikan media promosi dan mempermudah proses penjualan secara *online*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tujuan dari perancangan sistem informasi berbasis web ini adalah untuk menggantikan sistem manual yang selama ini digunakan dengan sistem digital yang lebih modern. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kerja di gudang Toko Sevent Sport. Sistem baru ini dirancang untuk mengotomatisasi proses pemrosesan transaksi sehingga aktivitas yang sebelumnya masih manual seperti entri data dan promosi dapat diselesaikan dengan lebih cepat dan akurat. Pelanggan juga akan lebih mudah mengakses informasi mengenai produk yang ditawarkan melalui platform *online* tanpa harus datang langsung ke toko. Sistem ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen karena memudahkan penyediaan data untuk analisis dan pengambilan keputusan.

Sistem ini dirancang untuk mendukung strategi promosi yang lebih efektif. Fitur-fitur seperti promosi diskon, pemberitahuan produk baru, dan informasi lainnya dapat dengan mudah diakses oleh konsumen melalui antarmuka yang ramah pengguna. Dengan menggunakan media berbasis web, toko dapat menjangkau lebih banyak pelanggan tanpa batasan waktu dan lokasi. Konsumen dapat melihat katalog produk, membaca deskripsi detail barang, hingga melakukan pemesanan secara langsung melalui sistem tersebut. Tidak hanya memudahkan pelanggan, sistem ini juga dirancang untuk mempermudah pihak toko dalam menyediakan data yang relevan bagi kebutuhan analisis dan pengambilan keputusan. Data penjualan, laporan stok, dan tren permintaan pelanggan dapat dengan mudah diakses dan dianalisis. Hal ini membantu manajemen toko dalam merencanakan strategi bisnis yang lebih baik, seperti menentukan barang yang perlu diutamakan dalam penyediaan, merancang program promosi yang tepat sasaran, dan memonitor kinerja toko secara *real-time*. Dengan adanya sistem informasi berbasis web ini Toko Sevent Sport tidak hanya meningkatkan efisiensi internal tetapi juga menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan dan memuaskan bagi pelanggan. Inisiatif ini diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, memperluas pasar, dan pada akhirnya mendukung pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

### **Analisis Kebutuhan Sistem**

Sebelum memulai pengembangan sistem informasi, perlu dilakukan penelitian menyeluruh yang mencakup strategi, langkah-langkah yang terlibat dalam

proses, dan analisis kebutuhan bisnis yang komprehensif. Dalam hal ini Sevent Sport sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di industri olahraga, membutuhkan sistem informasi berbasis web yang dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional sekaligus mengurangi jangkauan pemasaran.

Sebagai perusahaan yang melayani berbagai kebutuhan pelanggan, mulai dari kebutuhan individu hingga kebutuhan keluarga atau komunitas, Sevent Sport menghadapi tantangan dalam menganalisis data produk, layanan pelanggan, dan dukungan secara efisien. Sistem informasi baru diharapkan dapat membantu mengatasi kesulitan ini dengan menawarkan berbagai fitur yang mendukung operasi bisnis yang lebih kontemporer. Dalam mengembangkan sebuah sistem, diperlukan pemenuhan persyaratan tertentu untuk memastikan sistem tersebut dapat berfungsi sesuai dengan kebutuhan. Persyaratan ini terbagi menjadi dua, yaitu *functional requirement* (persyaratan fungsional) dan *non-functional requirement* (persyaratan non-fungsional). Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai persyaratan tersebut:

### ***Functional requirement***

Persyaratan fungsional mencakup fungsi-fungsi utama yang harus dimiliki oleh sistem untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Persyaratan ini bersifat wajib dan menjadi inti dari pengembangan sistem. Adapun persyaratan fungsional yang harus dipenuhi oleh sistem baru adalah:

- a. Sistem mampu menyajikan informasi secara terintegrasi dan mendetail, sehingga data yang tersedia dapat diakses dengan mudah dan akurat.
- b. Sistem menyediakan fitur pencatatan untuk mengelola berbagai jenis data, seperti data produk, transaksi, dan pelanggan.
- c. Sistem dilengkapi dengan fungsi Login untuk membedakan akses dan wewenang antar pengguna, seperti admin dan pelanggan.

Untuk menganalisis persyaratan fungsional, akan digunakan alat pemodelan yang dikenal sebagai *use case diagram*. *Use case* ini memvisualisasikan skenario atau kejadian yang akan dikelola oleh sistem baru, sehingga mempermudah pemahaman tentang bagaimana sistem akan bekerja.

Aktor dalam sistem, Aktor adalah entitas yang berinteraksi dengan sistem. Dalam sistem baru yang akan dikembangkan, terdapat tiga jenis aktor utama:

Aktor-aktor yang menggunakan sistem terbagi menjadi 3 yaitu :

1. Pemilik toko : Staf yang bertugas mengelola data pada sistem. Mereka memiliki kewenangan untuk menambahkan, mengubah, atau menghapus data, serta memastikan kelancaran operasi *website*.
2. admin : Pengguna yang mendaftar dan menjadi anggota resmi di *website*. Mereka dapat mengakses fitur-fitur khusus, seperti melihat riwayat transaksi atau membuat pesanan.

3. Pelanggan: Individu yang mengakses *website* tanpa mendaftar sebagai anggota. Mereka dapat menjelajahi katalog produk dan melihat informasi dasar tanpa memerlukan Login.

### **Perancangan (*Design*)**

Perancangan adalah proses menggambarkan bagaimana sistem akan dibangun, dengan tujuan untuk menjembatani antara kebutuhan pengguna (*requirement*) dan implementasi teknis. Dalam tahap ini, kebutuhan aplikasi *e-commerce* dapat diketahui, yaitu memudahkan Toko Sevent Sport dalam menjualkan produk-produknya dan memahami bagaimana sistem akan bekerja dan terlihat nantinya. Pada tahap ini, penulis menggunakan desain sistem, dan desain *database*.

### **Desain Sistem**

Desain sistem merupakan proses merancang dan mengatur berbagai elemen sistem agar menjadi satu kesatuan yang utuh, efisien, dan memenuhi kebutuhan pengguna serta tujuan organisasi. Desain ini menjadi landasan penting sebelum sistem diimplementasikan dan dijalankan, mencakup perencanaan arsitektur, komponen, antarmuka, hingga data yang akan diproses oleh sistem tersebut.

Alat perancangan sistem yang digunakan adalah UML (*Unified Modeling Language*), yaitu alat bantu perancangan desain sistem yang berbasis objek. Desain sistem berbasis objek meliputi beberapa kegiatan, yaitu :

1. *Use case*, menggambarkan lingkungan implementasi.
2. *Activity diagram*, menggambarkan berbagai alur aktivitas dalam sistem yang sedang dirancang.
3. *Sequence diagram*, menggambarkan model interaksi dan perilaku objek yang mendukung skenario *use case*.
4. *Class Diagram*, mengetahui hubungan antara satu sub sistem dengan sub sistem lainnya.

Dalam sistem ini memiliki dua aktor, yaitu :

1. Admin, Admin adalah aktor yang berperan dalam mengelola semua data master penjualan, antara lain : data kategori, data produk, kelola diskon, data pesanan, stok produk, dan data pelanggan.
2. Pelanggan, Pelanggan adalah aktor yang dapat memilih dan pesan produk.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai perancangan dan pembangunan *website e-commerce* untuk Toko Sevent Sport, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. *Website e-commerce* berhasil dibangun dengan fungsionalitas lengkap yang mencakup katalog produk, manajemen stok, sistem pemesanan, pembayaran, promo, serta fitur ulasan dan *rating*. Penggunaan metode Waterfall dalam pengembangan sistem terbukti efektif dalam mengelola tahapan perancangan secara terstruktur, mulai dari analisis kebutuhan, desain, implementasi, pengujian, hingga pemeliharaan.
2. *Website* ini secara signifikan meningkatkan kemampuan promosi dan penjualan Toko Sevent Sport. Dengan adanya platform digital, toko dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batas geografis, menyajikan informasi produk secara *real-time*, dan memberikan pengalaman belanja yang nyaman bagi pelanggan.
3. Hasil pengujian fungsional menggunakan Black Box Testing dan uji kompatibilitas multi-platform serta multi-browser menunjukkan bahwa semua fitur berjalan sesuai dengan spesifikasi yang ditetapkan. Antarmuka yang responsif memastikan pengguna dapat mengakses *website* dengan baik melalui perangkat desktop, tablet, maupun *smartphone*.
4. Keberadaan *website e-commerce* juga mendukung efisiensi operasional toko, seperti pengelolaan data produk, pemantauan stok, otomatisasi proses pesanan, dan penyediaan laporan penjualan yang membantu dalam pengambilan keputusan bisnis.
5. Secara keseluruhan, *website* ini tidak hanya berperan sebagai media transaksi, tetapi juga sebagai sarana *branding* dan penguatan citra Toko Sevent Sport di era digital.

#### DAFTAR PUSRAKA

- Abdulloh, R. (2016). *Easy & simple web programming*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Anamisa, N., & Mufarroha, F. (2020). Penerapan website berbasis CMS pada UMKM. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 7(2), 55–64.
- Armilia, P. S., & Arnomo, S. A. (2024). Rancang bangun aplikasi e-commerce berbasis web pada toko Zifa Beauty. *Jurnal Comasie*, 10(3), 45–55.
- Bachri, Y. G., & Hamdani, A. U. (2019). Rancang bangun aplikasi e-commerce untuk meningkatkan penjualan barang pada Comet Outdoor. *Jurnal Idealis*, 2(5), 55–66.
- Bunyamin, B., Wahyuni, L. B., & Cahyana, R. (2016). Analisis pengembangan website interaktif untuk pembelajaran. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komputer*, 3(2), 45–52.
- Chaffey, D. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8th ed.). London: Pearson.

- Dennis, A., Wixom, B. H., & Roth, R. M. (2018). *Systems analysis and design* (7th ed.). Hoboken, NJ: Wiley.
- Dipraja, H., Hendrian, D., & Nurhasanah, S. (2022). Perkembangan bahasa pemrograman modern. *Jurnal Kapas*, 6(1), 12–22.
- Hanief, M., & Jepriana, D. (2020). *Belajar pemrograman web dengan HTML, CSS, dan JavaScript*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey: Pearson.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce: Business, technology, society* (16th ed.). New York: Pearson.
- McLeod, R., & Schell, G. (2012). *Management information systems* (12th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Muhardono, A. (2018). Rancang bangun aplikasi e-commerce untuk peningkatan penjualan dan daya saing usaha pada UMKM (Studi kasus HF Batik Putra Wiradesa). *Surya Informatika*, 5(1), 22–35.
- Nugroho, A. (2017). *Rekayasa perangkat lunak menggunakan UML dan Java*. Yogyakarta: Andi Offset.
- O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2013). *Introduction to information systems* (16th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Pressman, R. S., & Maxim, B. R. (2020). *Software engineering: A practitioner's approach* (9th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Rerung, R. R. (2018). *Pemrograman web dasar*. [https://books.google.co.id/books/about/Pemrograman\\_Web\\_Dasar.html?id=0pxLDwAAQBAJ](https://books.google.co.id/books/about/Pemrograman_Web_Dasar.html?id=0pxLDwAAQBAJ)
- Saputra, H., & Suryadi, A. (2018). Pemanfaatan sistem e-commerce untuk UMKM di Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 10(3), 123–135.
- Suharyanto. (2017). Kajian kesuksesan e-commerce (studi kasus: darulhaq.com). *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer*, 2(2), 139–145. <http://ejournal.nusamandiri.ac.id/ejurnal/index.php/jitk/article/view/304/245>
- Sutabri, T. (2012). *Analisis sistem informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tohari, H. (2014). *Sistem informasi: Konsep & aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2018). *Electronic commerce: A managerial and social networks perspective* (9th ed.). New York: Springer.

- Yuliana, S., & Pratama, R. (2020). Implementasi UML dalam perancangan sistem informasi e-commerce. *Jurnal Teknologi dan Komputer*, 8(1), 33–42.
- Yunaeti, A. E. (2017). *Sistem informasi manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Zwass, V. (2021). E-commerce and e-business. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 7(2), 300–310.