

**ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN
TOKO ONLINE AROFA KOMPUTER YOGYAKARTA
BERBASIS WEBSITE**

SKRIPSI



disusun oleh

Akmal Askat

09.12.4139

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2013**

**ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN
TOKO ONLINE AROFA KOMPUTER YOGYAKARTA
BERBASIS WEBSITE**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S1
pada jurusan Sistem Informasi



disusun oleh

Akmal Askat

09.12.4139

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2013**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN
TOKO ONLINE AROFA KOMPUTER YOGYAKARTA
BERBASIS WEBSITE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Akmal Askat

09.12.4139

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 18 September 2012

Dosen Pembimbing,



Heri Sismoro, M.Kom

NIK. 190302075

PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN
TOKO ONLINE AROFA KOMPUTER YOGYAKARTA
BERBASIS WEBSITE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Akmal Askat

09.12.4139

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 17 Juli 2013

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Amir Fatah Sofvan, ST, M.Kom
NIK. 190302047

Bayu Setiaji, M.Kom
NIK. 190000003

Heri Sismoro, M.Kom
NIK. 190302075

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 27 Juli 2013

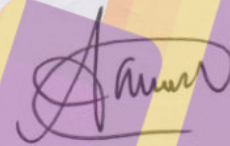
**KELOMPOK MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
FAKULTAS TEKNIK INFORMATIKA DAN KOMPUTER
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
AMIKOM YOGYAKARTA**

Prof. Dr. M. Suyanto, M.M.
NIK. 190302001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 24 Juli 2013



AKMAL ASKAT

NIM. 09.12.4139

HALAMAN MOTTO

“Demi masa. Sesungguhnya manusia itu benar-benar berada dalam kerugian, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh dan nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran dan nasehat menasehati supaya menetapi kesabaran”.

(Q.S. Al- 'Ashr: 1-3)

“Aku tidak membebani seseorang, melainkan sesuai kesanggupan”.

(Q.S. Al- Baqarah: 286)

“La Tahzan, Innallaha Ma'ana. Janganlah kamu berduka cita, sesungguhnya Allah bersama kita”

(Q.S. At- Taubah: 40)

“Menunggu hilangnya rasa malas sebelum merasa siap untuk bekerja, adalah jenis kemalasan yang terburuk”

(Mario Teguh)

“Gantungkanlah cita-citamu setinggi langit. Bermimpilah setinggi langit. Jika engkau jatuh, engkau akan jatuh diantara bintang-bintang”.

(Ir. Soekarno)

PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta bimbingan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ibunda dan Ayahanda tercinta yang tidak pernah lelah mendoakanku, dan memberikan *support* dan semangat serta motivasi untuk bisa terus maju.
2. Bapak Heri Sismoro, M.Kom, yang telah membimbing, memberiarahan, motivasi, waktu, dan masukan yang sangat membantu.
3. Bapak Jumat Ahmadi, ST selaku Direktur Toko Arofa Komputer Yogyakarta, tempat penulis mengambil obyek penelitian saat ini, sekaligus membantu dan memberikan motivasi pada penulis untuk penyelesaian skripsi ini.
4. Kakakku Asrul, makasih atas doa dan *support*-nya. *Kaulah Kakak terbaik yang pernah aku punya.*
5. Adik-adikku tercinta yang selalu memberikan doa nya dan dukungannya. *Miss you brother.*
6. Segenap Keluarga Besar Kost “Paguyuban Senggol Bacok” yang telah ikhlas memberi tempat dan dukungan yang sangat besar buat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. *My Best Genk:* Azim, Iqbal, Abi, Mail, Singgih, dan Ahmed. Yang selalu padu, selalu ada dikala kita senang dan sedih. *Thanks bro.*
8. Para penghuni Kost “Paguyuban Senggol Bacok”, Pak Arman, Pak Nass, Pak Yamin, Pak Darwin, Bang Uud, Kang Sunu, Om Angky, La Ojon, Bung Arinto, Om Deni, Om Adam, OM Maku, Lutfi, Surya, La Agil, Ary,Hafif, Hafix, Omesh, Riky, Alam, Febri, Fauzi, Gerald, Pak Ardi, *Thanks for All.*
9. Seluruh teman-teman ABBC (Amikom Basketball Club) yang selalu memberkan dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman S1-SI-09 angkatan 2009, semoga kita sukses semua kawan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta bimbingan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi berjudul “Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Toko Online Arofa Komputer Yogyakarta berbasis Website” ini.

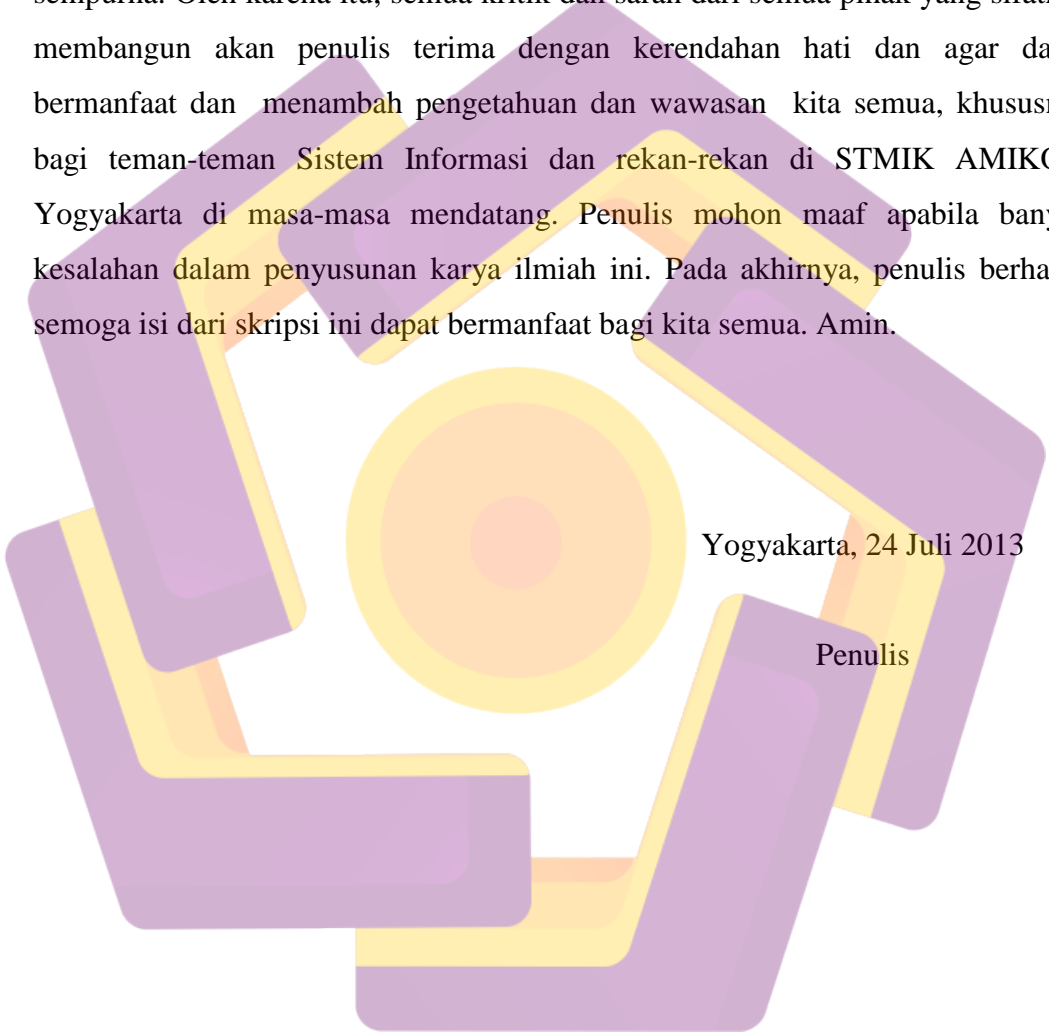
Adapun laporan Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan Program pendidikan Strata-1 Jurusan Sistem Informasi di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer “AMIKOM” Yogyakarta.

Tidak lupa penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Muhammad Suyanto, M.M. selaku Ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak heri Sismoro, M.Kom, selaku dosen pembimbing, yang telah memberiarahan, bimbingan, motivasi, waktu, dan masukan yang sangat membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Ibu dosen dan seluruh staf serta pegawai STMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah memberi ilmu dan bantuan yang bermanfaat.
4. Bapak Jumat Ahmadi, ST selaku Direktur Toko Arofa Komputer Yogyakarta, tempat penulis mengambil obyek penelitian saat ini, sekaligus membantu dan memberikan motivasi pada penulis untuk penyelesaian skripsi ini.
5. Karyawan-karyawan Arofa Komputer yang telah banyak membantu memberikan informasi dan dukungan kepada penulis.
6. Kedua orangtua penulis beserta keluarga besar tercinta yang telah memberikan dukungan moril dan material serta doa.
7. Semua teman-teman penulis di kelas S1SI09 angkatan 2009 dan juga teman-teman di kost yang begitu baik dan selalu memberikandukungan motivasi yang begitu banyak dan tidak ternilai harganya.

8. Dan kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang selama ini telah banyak memberikan bantuan, dukungan, motivasi, baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwasanya dalam menyusun skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, semua kritik dan saran dari semua pihak yang sifatnya membangun akan penulis terima dengan kerendahan hati dan agar dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan dan wawasan kita semua, khususnya bagi teman-teman Sistem Informasi dan rekan-rekan di STMIK AMIKOM Yogyakarta di masa-masa mendatang. Penulis mohon maaf apabila banyak kesalahan dalam penyusunan karya ilmiah ini. Pada akhirnya, penulis berharap semoga isi dari skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.



Yogyakarta, 24 Juli 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Metodologi Penelitian	5
1.7 Sistematika Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Konsep Dasar Sistem	9
2.1.1 Pengertian Sistem	9
2.1.2 Karakteristik Sistem.....	9
2.2 Pengertian Informasi	13
2.3 Konsep Dasar Informasi.....	14
2.3.1 Pengertian Sistem Informasi.....	14
2.3.2 Siklus Informasi.....	14

2.3.3	Nilai Informasi.....	15
2.3.4	Kualitas Informasi	17
2.4	Pengertian Sistem Informasi penjualan.....	17
2.5	Pengertian Analisis Informasi	17
2.6	Pengertian Perancangan Sistem	17
2.7	Alat Bantu Desain Sistem	18
2.7.1	Flowchart dan Data Flow Diagram (DFD).....	18
2.7.2	Basis Data	20
2.7.3	Entity Relationship Diagram (ERD).....	21
2.7.3.1	Pengertian Entity Relationship Diagram (ERD).....	21
2.7.3.2	Derajat Relasi (Relationship Degree).....	22
2.7.3.3	Kardinalitas Relasi.....	24
2.8	Internet	26
2.8.1	Pengertian Internet.....	26
2.8.2	Fasilitas Internet.....	27
2.8.2.1	HTML.....	27
2.8.2.2	HTTP	27
2.8.2.3	Electronic Mail	28
2.8.2.4	HomePage.....	28
2.8.2.5	Browser.....	28
2.8.2.6	World Wide Web (WWW).....	29
2.9	Pengertian E-Commerce	29
2.10	Pengertian E-Busines	30
2.11	Perangkat Lunak Pendukung.....	31
2.11.1	XAMPP.....	31
2.11.2	Notepad++	32
2.11.3	Adobe Photoshop CS3.....	32
2.11.4	Mozilla Firefox	32

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN 33

3.1	Gambaran Umum Perusahaan	33
-----	--------------------------------	----

3.1.1	Latar Belakang Perusahaan.....	33
3.1.2	Struktur organisasi	34
3.1.3	Visi Dan Misi.....	35
3.1.3.1	Visi.....	35
3.1.3.2	Misi	35
3.1.4	Bidang Usaha.....	35
3.2	Analisis Sistem.....	37
3.2.1	Identifikasi Masalah.....	38
3.2.2	Analisis PIECES	39
3.2.2.1	Analisis Kinerja (Performance)	39
3.2.2.2	Analisis Informasi (Information).....	40
3.2.2.3	Analisis Ekonomi (Economy).....	42
3.2.2.4	Analisis Keamanan (Security)	42
3.2.2.5	Analisis Efisiensi (Eficiency)	43
3.2.2.6	Analisis Layanan (Services)	43
3.2.3	Analisis Kebutuhan Sistem.....	46
3.2.3.1	Analisis Kebutuhan Perangkat Keras	46
3.2.3.2	Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak	47
3.2.3.3	Analisis Kebutuhan Brainware.....	47
3.2.4	Analisis Kelayakan Sistem	48
3.2.4.1	Analisis Kelayakan Teknis	48
3.2.4.2	Analisis Kelayakan Operasional.....	48
3.2.4.3	Analisis Kelayakan Ekonomi	49
3.2.4.4	Analisis Kelayakan Hukum	56
3.3	Perancangan Sistem	57
3.3.1	Diagram Konteks	57
3.3.2	DFD Level 0	57
3.3.3	DFD Level 1 Admin	58
3.3.4	DFD Level 1 Konsumen.....	59
3.3.5	Struktur Admin	60
3.3.6	Struktur User.....	60

3.3.7	Relasi Antar Tabel	61
3.4	Rancangan Struktur Tabel.....	61
3.5	Rancangan Desain Website.....	65
3.5.1	Struktur Menu Beranda.....	65
3.5.2	Struktur Halaman Lgin	66
3.5.3	Struktur Halaman Setelah Login	67
3.5.4	Struktur Halaman Keranjang Belanja	68
3.5.5	Struktur Halaman Inventori Barang.....	68
3.5.6	Struktur Halaman Produk (CPU Paketan)	69
3.5.7	Struktur Halaman Produk Hardisk.....	71
3.5.8	Struktur Halaman Produk Laptop / Noteboook	72
3.5.9	Struktur Halaman Produk Monitor	73
3.5.10	Struktur Halaman Produk Motherboard	74
3.5.11	Struktur Halaman Produk Netbook	75
3.5.12	Struktur Halaman Produk Printer	76
3.5.13	Struktur Halaman Produk RAM/Sodim.....	77
3.5.14	Struktur Halaman Produk PSU	78
3.5.15	Struktur Halaman Lapora Penjualan	79
3.5.16	Struktur Halaman Detail Order.....	79
BAB IV	HASIL IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	81
4.1	Implementasi	81
4.1.1	Pengujian Sistem	81
4.1.1.1	BlackBox Testing	81
4.1.1.2	WhiteBox Testing.....	86
4.1.2	Manual Program	87
4.1.2.1	Perancangan Tabel.....	87
4.1.2.2	Halaman User	88
4.1.3	Pemilihan Dan Pelatihan Personal.....	97
4.1.4	Pemeliharaan Website	98

BAB V PENUTUP	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran.....	100
 DAFTAR PUSTAKA	 102



INTISARI

Saat ini dapat kita lihat berbagai website bermunculan dengan bermacam corak dan ragamnya. Tak dapat dipungkiri, semuanya merupakan hasil revolusi informasi di dunia internet yang sangat cepat. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah dimanfaatkan untuk kepentingan di segala sektor, tak terkecuali di sektor perdagangan. Dengan semakin dikenalnya internet di kalangan masyarakat, maka teknologi informasi berbasis internet pun dapat menjadi salah satu cara ampuh untuk menghadapi persaingan di dunia bisnis itu. Dengan adanya internet, segala transaksi dapat dilakukan tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Kemudahan inilah yang menjadi faktor utama yang mendukung berkembangnya *Electronic Commerce* (*E-Commerce*).

Tiap hari lebih dari sekitar satu juta orang di dunia ini melakukan akses internet. Mereka *chatting*, *surfing*, memeriksa *email* dan lain sebagainya. Jika kita membuat *website* untuk memperkenalkan produk kita atau memperkenalkan diri kita sendiri, maka setiap hari akan dilihat hampir satu juta orang. Hal ini lebih efektif dibandingkan dengan melempar brosur, menyebarluaskan dengan *message* maupun *Blackberry Messenger*, atau melakukan pemasangan iklan di televisi, selain itu harga memasang web jauh lebih murah dan yang pasti lebih mudah.

Toko Arofa Komputer adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan accessories komputer. Dalam persaingan yang ketat, toko Arofa Komputer memerlukan suatu strategi pemasaran untuk produknya dengan alternatif yang baik, yang dapat menarik dan menjangkau lebih banyak konsumen dan dapat memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Adapun strategi pemasaran yang diterapkan oleh Toko Arofa Komputer sekarang ini dirasa kurang efektif dan efisien, karena baik pemasaran maupun pemesanan produknya hanya dilakukan secara manual dengan resiko kesalahan yang tinggi.

Kata-kunci : Website, Penjualan Online

ABSTRACT

Today we can see many websites popping up with a variety of shades and variety. Undeniably, all products of the information revolution in the world of internet is very fast. The use of information and communications technology is now utilized for the benefit of all sectors, not least in the trade sector. With the growing recognition among the public internet, the internet-based information technology also can be one effective way to deal with competition in the business world. With the Internet, all transactions can be done without being limited by time and distance. Convenience is a major factor that supports the development of Electronic Commerce (E-Commerce).

Every day more than one million people in the world to access the internet. They were chatting, surfing, checking email, and so forth. If we create a website to introduce our products or introduce ourselves, then every day would be viewed nearly one million people. It is more effective than throwing flyers, spreading the message or BlackBerry Messenger, or doing advertising on television, in addition to the price put on the web is much cheaper and certainly easier.

Arofa Computer Stores is a company engaged in the sale of computer accessories. In the fierce competition, Computer Arofa store requires a marketing strategy for a product with a good alternative, which can attract and reach more consumers and to give satisfaction to the desires and needs of consumers. The marketing strategy implemented by Arofa Computer Stores now it is less effective and efficient, as both marketing and product bookings only be done manually with a high risk of error.

Keywords: Website, Online Sales