

Analisis Dan Perancangan Website Penjualan Kosmetik Beautycare

¹ Martauli Elisabet Manalu, ² Elsa Renta Octavia Simanjuntak, ³ Rin Rin Meilani Salim, ⁴Hita
Jurusan Sistem Informasi, STMIK Mikroskil

Medan, Indonesia

marthaelizabet274@gmail.com, elsarentaoctavia88@gmail.com, rinrin.meilani@mikroskil.ac.id,
hita_tan@yahoo.com

Abstrak— Website menjadi kebutuhan bagi sebuah organisasi, instansi, perusahaan komersil, dan lain sebagainya. Kebutuhan tersebut biasanya tidak hanya untuk promosi, namun juga kegiatan bisnis. E-commerce biasanya berkaitan dengan transaksi penjualan. Beautycare merupakan website yang bergerak dalam bidang penjualan kosmetik sehingga sangat membutuhkan media pemasaran yang lebih luas sekaligus untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan. Dikarenakan masih sedikitnya media yang menyediakan layanan akses forum dan konsultasi maka Beautycare hadir dengan menyediakan layanan forum dan layanan konsultasi dengan dokter kecantikan sebagai fitur unggulan website ini. Website ini juga menyediakan berbagai merk kosmetik dengan lengkap agar memudahkan pelanggan mencari produk yang diinginkan hanya dalam satu website. Website ini mawadai kebutuhan para wanita yang ingin tampil cantik. Dalam perancangan website penulis menggunakan metode Siklus Hidup Pengembangan Sistem. Untuk perancangan website yang digunakan adalah Adobe XD cc dan database yang digunakan adalah MySql. Website ini dirancang dengan hak akses pengunjung, pelanggan, admin, dan dokter. Website dinilai efektif sebagai media alternatif untuk pemasaran dan sekaligus memberikan layanan terbaru kepada pelanggan, selain itu dengan adanya sistem informasi penjualan dan pemesanan secara online ini, diharapkan dapat meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Hal ini dilihat dari kebutuhan pelanggan terhadap informasi tentang kecantikan yang semakin lama semakin meningkat, sehingga dibutuhkan sebuah sistem yang dapat melayani kebutuhan pelanggan tersebut.

Kata Kunci—sistem informasi; website penjualan; kosmetik; konsultasi kecantikan

I. PENDAHULUAN

Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya, baik bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman. Hubungan antara satu halaman web dengan halaman web yang lain disebut Hyperlink, sedangkan teks yang dijadikan media penghubung disebut Hypertext (Y. H. Mooduto dan R. Hidayat, 2009). Melalui internet perusahaan

kecil, menengah atau besar dapat menyajikan informasi produk, harga, syarat pembelian, cara pemesanan dan pembayaran serta pengiriman barang kepada pelanggan, dan mitra usaha. Media internet berfungsi sebagai salah satu cara untuk menjangkau pelanggan tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Kosmetik menjadi salah satu kebutuhan para wanita, maka dari itu kosmetik sangat berperan penting untuk mempercantik penampilan. Wanita beranggapan bahwa terlihat cantik sudah menjadi suatu kewajiban. Diiringi dengan adanya kemajuan teknologi informasi yang memiliki potensi secara luas, maka kosmetik mulai dipasarkan secara online

melalui website. Pelanggan dapat mencari informasi mengenai produk, memesan dan membaca ulasan produk kosmetik dengan mudah.

BeautyCare adalah sebuah website kecantikan (e-commerce) yang dirancang khusus untuk menjual produk-produk kecantikan serta memberikan layanan terbaik kepada pelanggan seperti konsultasi dengan dokter kecantikan dan layanan akses forum dimana antar pelanggan dapat saling berdiskusi seputar produk kecantikan yang tentunya akan meningkatkan minat pelanggan melakukan pembelian produk-produk kecantikan. BeautyCare menyediakan berbagai macam produk mulai dari make-up, kosmetik, perawatan kulit, perawatan tubuh, perawatan rambut, peralatan make-up dan skincare. Website ini tidak hanya menjual brand dari luar negeri, namun juga dari dalam negeri. Beberapa pelanggan ingin berdiskusi seputar produk kecantikan dengan pelanggan lainnya namun belum adanya website yang menyediakan layanan forum untuk berdiskusi dan saat akan membeli produk pelanggan ingin terlebih dahulu berkonsultasi dengan dokter kecantikan agar mengetahui produk apa yang cocok untuk jenis kulitnya.

Berdasarkan penelitian terdahulu, dengan perancangan *website* sebagai media promosi dan penjualan, diharapkan akan meningkatkan penjualan (Victor Marudut Mulia Siregar, 2018). Oleh karena itu, diharapkan website BeautyCare dapat menjadi media promosi dan penjualan produk kosmetik. Penelitian lainnya menyatakan melalui sistem informasi kosmetik online, memberikan kemudahan bagi para pelanggan dalam memesan tanpa harus datang langsung ke toko (Frieyadie, Umni Fatayat, 2019). Kemudahan berbelanja sudah dirancang pada website BeautyCare untuk memudahkan pelanggan. Di samping itu, penelitian lainnya menyatakan salah satu kendala pada klinik kecantikan yaitu pelanggan banyak menghabiskan waktu untuk mengantri konsultasi dan perawatan kecantikan (Jordan Frankl Pasaribu, Rin Rin Meilani Salim, Zulpa Salsabila, 2019). Oleh karena itu, website BeautyCare memiliki solusi untuk konsultasi online terkait kecantikan.

II. STUDI LITERATUR

A. Sistem informasi

Sistem informasi adalah kumpulan elemen yang saling berhubungan satu sama lain yang membentuk satu kesatuan untuk mengintegrasikan data, memproses dan menyimpan serta mendistribusikan informasi. Dengan kata lain sistem informasi merupakan kesatuan elemen yang saling berinteraksi secara sistematis dan teratur untuk menciptakan

aliran informasi yang akan mendukung pembuatan keputusan dan melakukan kontrol terhadap suatu proses (P. Kotler dan A. Susanto, 2012). Sistem informasi terdiri dari komponen-komponen yang disebut blok bangunan (building block), yang terdiri dari blok masukan, blok model, blok keluaran, blok teknologi, blok basis data, dan blok kendali (T. Sutarbi, 2010).

B. E-Commerce

E-commerce atau perdagangan elektronik, dalam arti luas, berarti transaksi bisnis yang dilakukan melalui jaringan, menggunakan komputer, dan telekomunikasi, atau dengan kata lain, e-commerce mengacu pada pertukaran barang atau jasa untuk nilai di internet. Beberapa aktivitas yang termasuk di dalamnya antara lain, belanja online, transfer dana elektronik, Electronic Data Interchange (EDI), dan online trading instrumen keuangan (K. E. Kendall dan J. E. Kendall, 2010).

C. E-Bisnis

E-business atau yang disebut juga dengan bisnis elektronik adalah pengguna teknologi internet untuk menghubungkan dan memperkuat proses-proses bisnis, perdagangan elektronik (electronic commerce), dan komunikasi serta kalaborasi antara sebuah perusahaan dan para pelanggan, pemasok, dan mitra kerja bisnis elektronik lainnya (O. James, A. Marakas dan G. M, 2010).

D. Website

Website adalah suatu sistem yang berkaitan dengan dokumen digunakan sebagai media untuk menampilkan teks, gambar, multimedia, dan lainnya pada jaringan internet. Melihat aplikasi web yang sedang berkembang, dapat diklasifikasikan menjadi beberapa bentuk atau kelompok (Y. H. Mooduto dan R. Hidayat, 2009).

III. METODE

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metodologi SDLC (System Development Life Cycle) dimana tahap yang dikerjakan sampai tahapan ke- 4, yaitu :

1. Mengidentifikasi masalah, peluang dan tujuan
Pada tahapan ini, penulis merumuskan masalah yang dihadapi oleh sistem berjalan dan mendefinisikan peluang yang didapat dari website. Setelah itu mendefinisikan tujuan yang ingin dicapai.
Masalah yang sering terjadi adalah pelanggan merasa kecewa ketika akan membeli brand yang

diinginkan di suatu website namun tidak tersedia, karena masih sedikitnya website penjualan khusus kosmetik di Indonesia dan saat akan membeli produk pelanggan ingin terlebih dahulu berkonsultasi dengan dokter kecantikan agar mengetahui produk apa yang cocok untuk jenis kulitnya. Hal ini menyebabkan berkurang minat pelanggan dalam berbelanja kosmetik. Penulis melihat adanya peluang dengan menghasilkan sebuah *website* kosmetik yang menyediakan layanan akses forum dan tentunya akan memudahkan pelanggan untuk memperoleh informasi seputar produk kecantikan.

2. Menentukan syarat-syarat Informasi

Pada tahapan ini, penulis menganalisis website sejenis, yaitu website Sociolla dan Sephora sebagai bahan referensi dalam pembuatan website usulan. Kemudian membandingkan hasil analisis website tersebut.

Hasil perbandingannya, situs mempunyai desain yang minimalis dan user-interface yang mudah digunakan. Fitur yang digunakan juga memiliki banyak persamaan.

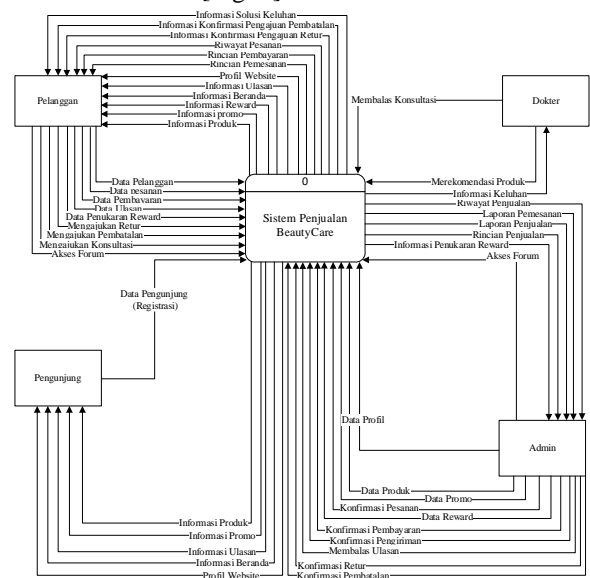
- Register, halaman ini digunakan oleh pengunjung untuk mendaftar menjadi pelanggan di kedua website tersebut.
- Login, halaman ini digunakan oleh pelanggan untuk masuk ke website yang sudah di daftarkan.
- Fitur Search, memungkinkan pelanggan untuk mencari suatu produk berdasarkan kategori ataupun dengan kata.
- Reward, memungkinkan pelanggan untuk menukar poin dengan produk tertentu yang ada pada website, poin ini bisa didapatkan dalam setiap aktivitas pembelian website.
- Fitur Payment, memungkinkan pembayaran yang dilakukan dalam Sociolla dapat melalui transfer, kartu kredit, internet banking dan uang elektronik. Sedangkan pada sephora tidak bisa melakukan pembayaran dengan uang elektronik.
- Fitur My cart, memungkinkan pengguna untuk mengecek produk yang akan dibeli dan untuk melakukan proses pembayaran. Kedua situs menggunakan fitur ini.
- Fitur News, memungkinkan pelanggan dapat melihat segala informasi berita terkini secara online.
- Fitur Cek Pesanan, memungkinkan pelanggan untuk mengetahui pesanan apa yang telah dibeli.
- Download, memungkinkan pengguna untuk mengunduh aplikasi mobile melalui kode QR.

Tetapi dalam situs sociolla tidak terdapat fitur download aplikasi.

- Fitur Find a Store, memungkinkan pelanggan dapat melihat informasi lokasi offline toko tersebut, tetapi dalam situs sociolla tidak terdapat find a store.
- Artikel, fitur ini menyediakan konten dari Beauty, Lifestyle, BJTV, Quiz, Glossary dan Review produk sedangkan website sephora belum menggunakan fitur ini.
- Kontak Kami, memungkinkan pelanggan untuk memberikan pertanyaan tentang produk atau pesanan.
- Fitur F.A.Qs, memungkinkan pelanggan dapat melihat daftar pertanyaan yang sering diajukan dalam situs website.
- Ulasan, pelanggan dapat melihat serta memberikan ulasan pada kedua website tersebut.
- Forum, fitur ini memungkinkan sesama pelanggan untuk saling berdiskusi satu dengan yang lainnya. Admin juga dapat turut berdiskusi di dalam forum ini.
- Konsultasi Dokter Kecantikan, fitur ini memungkinkan pelanggan untuk berkonsultasi terlebih dahulu dengan dokter kecantikan sebelum mencoba produk.

3. Menganalisis kebutuhan sistem

Pada tahapan ini penulis menggambarkan DFD sistem usulan [Fig. 1] dan membuat kamus data.



Gambar 1. Diagram Konteks Website BeautyCare

4. Merancang sistem yang direkomendasi

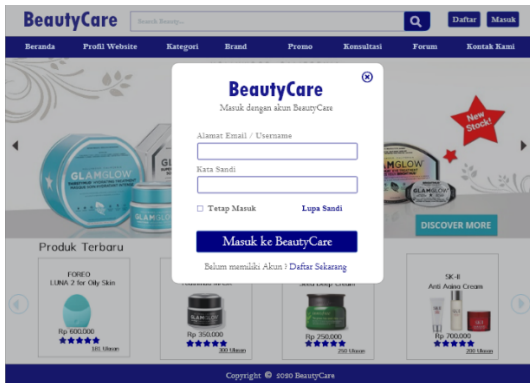
Pada tahapan ini penulis merancang masukan dan keluaran menggunakan Adobe XD. Kemudian melakukan normalisasi dan merancang database (basis data) yang akan digunakan oleh sistem usulan yang terdiri dari struktur tabel dan hubungan antar tabel (relationship). Basis data ini digunakan untuk menyimpan dan mengolah data operasional sehingga mampu menghasilkan informasi yang optimal untuk pengambilan keputusan (L Marlinda, 2004).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun rancangan untuk hak akses pelanggan yang dihasilkan oleh sistem yang diusulkan adalah sebagai berikut :

1. Halaman Login Pelanggan

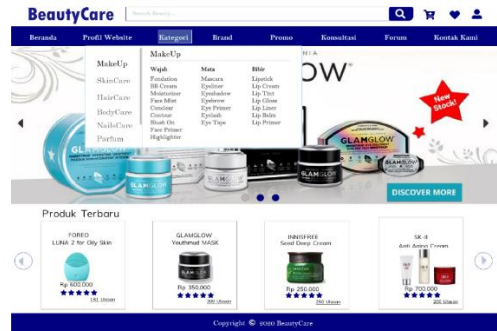
Pada halaman ini pelanggan yang sudah memiliki akun hanya perlu mengisi form yang telah disediakan untuk bisa masuk ke website BeautyCare. Jika pelanggan lupa password, maka sudah tersedia fitur "lupa password" yang untuk mengirim password ke-email pengguna untuk di-reset kembali.



Gambar 2 Halaman Login Website BeautyCare

2. Halaman Kategori

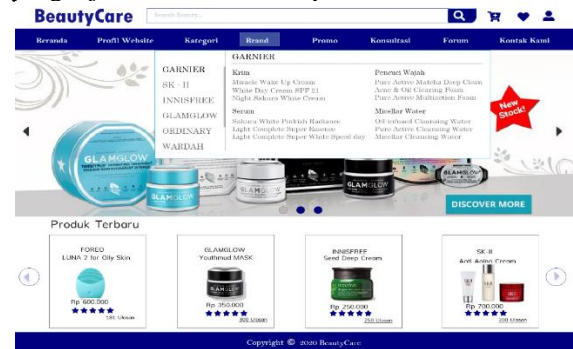
Pada halaman ini pelanggan dapat melihat semua daftar produk yang terbagi dari beberapa kategori yaitu *MakeUp*, *Skincare*, *Haircare*, *Bodycare*, *Nailcare*, *Parfum*.



Gambar 3 Halaman Kategori Website BeautyCare

3. Halaman Brand

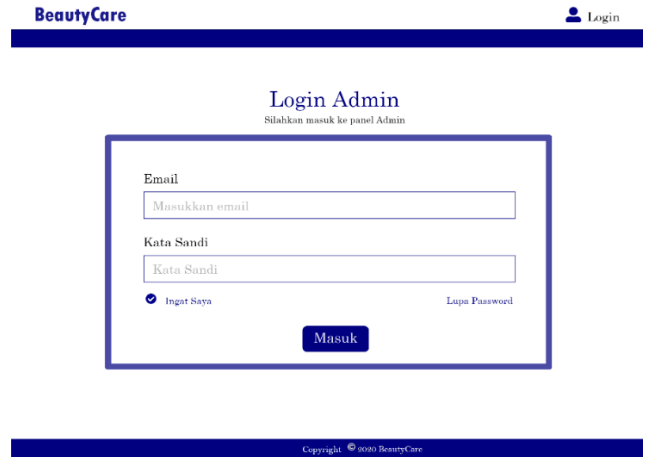
Pada halaman ini pelanggan dapat melihat semua brand-brand dari berbagai macam produk yang dijual di website BeautyCare.



Gambar 4 Halaman Brand Website BeautyCare

4. Halaman Login Admin

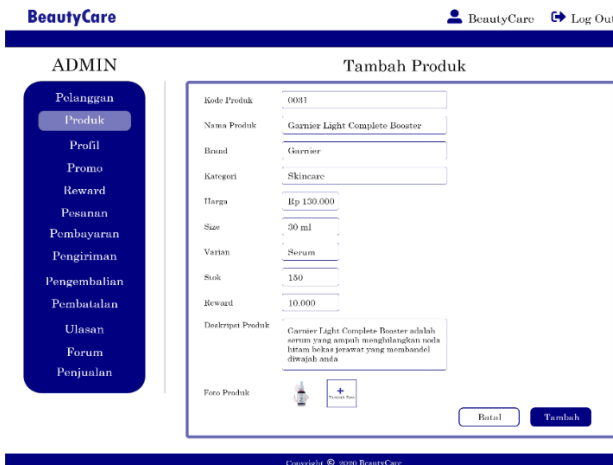
Pada halaman ini admin harus login terlebih dahulu untuk mengelola website beautycare.



Gambar 5 Halaman Login Admin

5. Tambah Produk

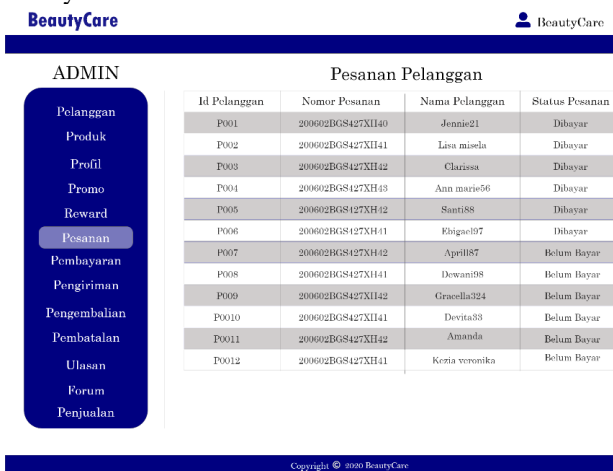
Ketika admin mengklik button tambah produk maka akan tampil dibawah ini. Admin dapat menambahkan produk baru dengan mengisi form yang telah disediakan.



Gambar 6 Halaman Ubah Produk

6. Pesanan Pelanggan

Pada halaman ini admin dapat melihat daftar pesanan pelanggan yang masuk ke *website* beautycare.



Gambar 7 Pesanan Pelanggan

7. Pembatalan

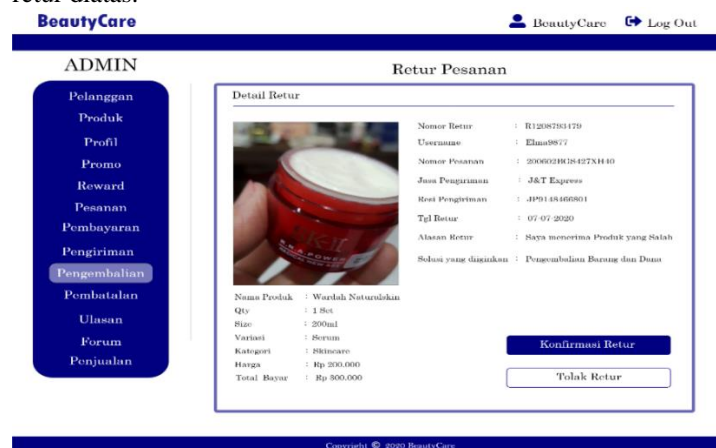
Pada halaman ini menampilkan Daftar dari pesanan-pesanan yang dibatalkan oleh pelanggan *website* BeautyCare. ketika admin mengklik link lihat detail maka admin akan diarahkan ke halaman konfirmasi pembatalan.



Gambar 8 Pembatalan Pesanan

8. Konfirmasi Retur

Pada halaman ini admin dapat melihat detail dari retur pembelian yang dilakukan oleh pelanggan. Apa alasan serta solusi yang diinginkan oleh pelanggan. Ketika admin menekan *button* konfirmasi maka admin akan diarahkan halaman retur diatas.



Gambar 9 Konfirmasi Retur

9. Forum Diskusi

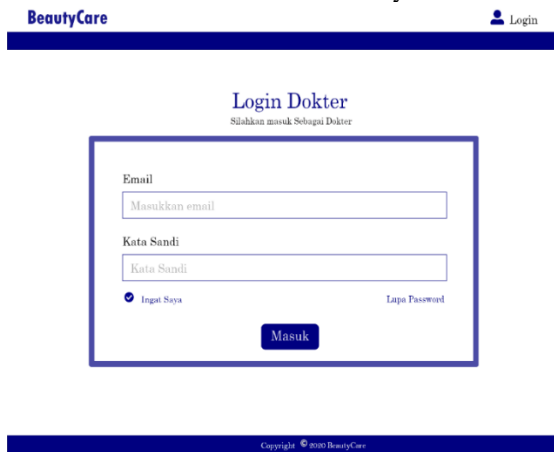
Pada forum diskusi ini admin dapat melihat siapa saja pelanggan yang ikut berdiskusi di dalam forum. Saat menekan *button* tambah diskusi maka admin akan diarahkan ke halaman tambah diskusi.



Gambar 10 Forum diskusi

10. Halaman Login Dokter

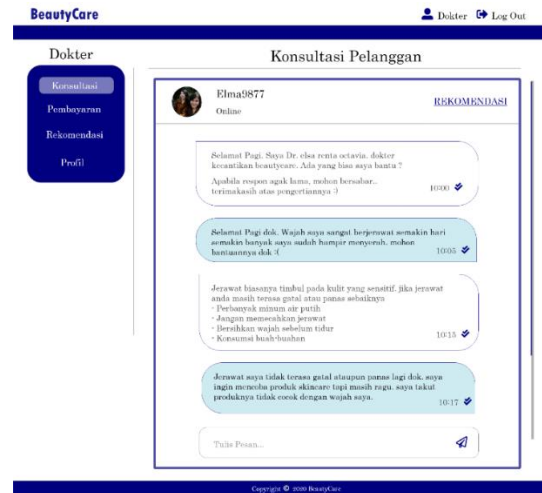
Pada halaman ini dokter harus login terlebih dahulu untuk masuk ke website beautycare.



Gambar 11 Login Dokter

11. Konsultasi

Pada halaman ini dokter akan membalas konsultasi dari pelanggan. Apa saja yang harus dilakukan pelanggan dokter harus secara profesional dapat menyimpulkan keluhan pelanggan.



Gambar 12 Konsultasi

V. KESIMPULAN

Dari penelitian ini, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Situs website beautycare yang dirancang dapat memberikan kemudahan kepada pelanggan maupun penjual untuk saling berdiskusi didalam forum mengenai produk kecantikan serta pelanggan dapat berbagi informasi dengan pelanggan lainnya mengenai pengalaman saat membeli produk kecantikan.
2. Para pelanggan tidak akan merasa keliru lagi untuk memilih produk kecantikan apa yang cocok untuk jenis kulitnya, karena sebelum melakukan pembelian pelanggan dapat berkonsultasi terlebih dahulu dengan dokter kecantikan dan dokter akan merekomendasikan produk apa saja yang cocok untuk pelanggan.

Adapun saran yang dapat penulis sampaikan dari penelitian ini adalah:

1. Menyarankan agar dilakukan perancangan lebih lanjut terkait dengan kepuasan pengguna, yang diharapkan dapat diketahui apa yang harus dirancang dan diperbaiki dari fitur masukan/saran yang telah dibuat pada situs website ini.
2. Menyarankan agar perancangan website kosmetik selanjutnya ditambahkan layanan konsultasi dengan dokter kecantikan dan akses forum
3. Menyarankan agar kelemahan-kelemahan dari website yang kami rancang dapat diminimalisasi untuk kedepannya.

VI. REFERENSI

- Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla (CMS), Jakarta: PT Elex Media, 2009.
- Konsep Sistem Informasi, Yogyakarta: Andi, 2012.
- Manajemen Pemasaran di Indonesia, Jakarta: Salemba Bpat, 2012.
- Sistem Analisis dan Desain, Jilid 1, Jakarta: Index, 2010.
- Sistem Informasi Manajemen 2, Edisi 9, Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla (CMS), Jakarta: PT Elex Media, 2009.
- Sistem Basis Data, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2004.
- Perancangan Website Sebagai Media Promosi dan Penjualan Produk, Jurnal TAM, Vol 9 No 1, Juli 2018, hal 15-21.
- Penggunaan Model Waterfall dalam Perancangan Aplikasi Penjualan Kosmetik Berbasis Web, Jurnal Riset Informatika, Vol 1 No 4, September 2019, hal 159-166.
- Desain Website Pemesanan Jasa Perawatan Kecantikan dan Penjualan Produk Kecantikan pada Gonova Beauty Care, KOMIK, Vol 3 No 1, Oktober 2019, hal 134-140.