SISTEM PENJUALAN BERBASIS WEBSITE

Vira Ayu Pratiwi
STMIK Antar Bangsa

Email: pratiwi.ayu.vira@gmail.com

Abstract—The development of information and communication technology has driven significant changes in the business world, particularly in the fields of marketing and sales. Conventional face-to-face sales are now shifting to digital sales through website-based media. This study aims to analyze the design and implementation of a website-based sales system as a means of transaction and digital marketing strategy. The research method used is a qualitative descriptive approach with literature study and observation techniques on several MSMEs that have adopted websites as a sales medium.

Intisari— Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan di dunia bisnis, terutama di bidang pemasaran dan penjualan. Penjualan konvensional secara langsung kini beralih ke penjualan digital melalui media berbasis website. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis desain dan implementasi sistem penjualan berbasis website sebagai sarana transaksi dan strategi pemasaran digital. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan studi literatur dan Teknik observasi pada beberapa UMKM yang mengadopsi website sebagai media penjualan.

Kata Kunci—sistem penjualan, website, e-commerce, UMKM, digitalisasi bisnis.

Article History
Received: Januari 2026
Reviewed: Januari 2026
Published: Januari 2026

lagiarism Checker No 833
Prefix DOI : Prefix DOI :
10.8734/Kohesi.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Kohesi

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

I. PENDAHULUAN

A. *Latar Belakang*

Sistem Penjualan yang masih menggunakan cara manual dan juga laporan pembelian masih menggunakan pencatatan manual membuat kesulitan tersendiri dalam memperluas jangkauan penjualan. Di sisi lain, jumlah pesaing yang semakin tinggi menyebabkan semakin sulitnya menjaga performa dan kinerja dengan tingkat yang profibilitas. Dengan membuat website menurut Muttakin, Herlawati dan Melinda (2:2014) manfaatnya dapat membantu memberikan informasi yang mempunyai sifat online dalam efisiensi waktu, yaitu dapat diakses dimana saja dan kapan saja dibutuhkan sehingga pihak yang berwenang dan membutuhkan informasi tidak mengalami kesulitan untuk memperolehnya.

Revolusi industry 4.0 membawa perubahan besar pada pola konsumsi masyarakat. Meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia membuka peluang baru dalam dunia perdagangan. Berdasarkan survei APJII (2023), lebih dari 77% pendudukan Indonesia sudah terhubung ke internet dan sekitar 40% di antaranya menggunakan internet untuk berbelanja online.

Sistem penjualan berbasis website menjadi salah satu alternatif strategis bagi pelaku usaha terutama Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk memperluas jangakauan pemasaran serta meningkatkan daya saing. Website penjualan tidak hanya berfungsi

sebagai katalog produk melainkan juga sebagai media transaksi digital, manajemen stok, hingga pelaporan.

II. KAJIAN LITERATUR

1. *Sistem Penjualan Berbasis Website*
   Menurut Nugroho (2020) sistem penjualan berbasis website adalah mekanisme penjualan yang memanfaatkan teknologi web untuk menampilkan produk, melakukan transaksi, serta mencatat laporan penjualan secara otomatis.

2. *Keunggulan Website dalam Penjualan*
   Siregar (2021) menemukan bahwa penerapan website pada UMKM dapat meningkatkan omzet penjualan sebesar 35% dalam enam bulan karena website mampu memberikan aksesibilitas 24/7, integrasi metode pembayaran digital, serta laporan penjualan yang transparan.

3. *Komponen Utama Website Penjualan*
   a. Etalase digital (product catalog) : Menyajikan informasi produk lengkap dengan deskripsi, gambar, dan harga
   b. Shopping cart system : Memfasilitasi konsumen memilih dan menyimpan produk
   c. Payment gateway : Mendukung transaksi online dengan berbagai metode pembayaran
   d. Invertory Management : Mengatur stok produk secara otomatis
   e. Reporting system : Memberikan laporan real-time mengenai transaksi dan omzet

III.METODE PENELITIAN

Dasar penelitian yang digunakan sebagai bahan untuk kelengkapan data dan informasi adalah :

A. Studi Literatur

Mengumpulkan referensi dari buku, jurnal, dan artikel mengenai sistem penjualan sistem berbasis website dan perkembangan e-commerce di Indonesia.

B. Observasi

Yaitu dengan mengamati secara langsung pada dua UMKM yang telah menerapkan website sebagai media utama penjualan. Khususnya pada bagian sistem penjualan.

C. Use Case

Actor dan Use Case ditentukan atas dasar fungsi-fungsi dalam sistem. Selanjutnya Use Case menyediakan nilai hasil kepada actor. Atas dasar analisis kandidat diatas setidaknya ada tiga (3) actor yang berhubungan dengan sistem yaitu Admin, pembeli, dan Pengunjung.

Use Case Diagram menggambarkan fungsionalitas dari sebuah sistem yang mempresentasikan sebuah interaksi antara actor dengan sistem (sebuah pekerjaan) misalnya menambah data atau membuat laporan. Elemen-elemennya adalah : actor, Use Case, dan hubungan antar objek.

1) Actor adalah sebuah entitas manusia atau mesin yang berinteraksi dengan sistem untuk melakukan pekerjaan-pekerjaan tertentu.

2) *Use Case* adalah sebuah Tindakan atau unit fungsional dari sebuah sistem sebuah Use Case dapat menginclude fungsionalitas Use Case lain. Sebuah Use Case dapat di include oleh lebih dari satu Use Case lain, sehingga duplikasi fungsionalitas dapat dihindari dengan cara menarik keluar fungsionalitas umum. Sebuah Use Case juga dapat meng-extend Use Case lain dengan perilakunya sendiri.



Gambar 1. Use Case Diagram

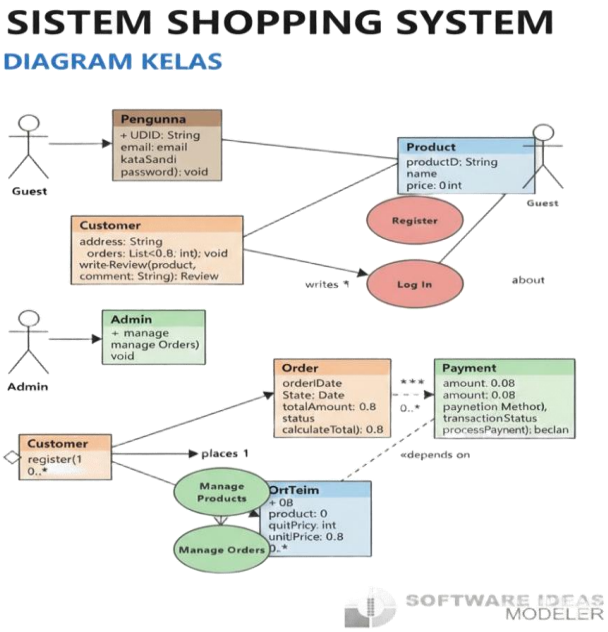
D. Diagram Class

Untuk mendesain sebuah sistem informasi penjualan berbasis website dibutuhkan juga class diagram dan objek diagram. Why ? karena diagram tersebut menggambarkan kelas-kelas yang akan digunakan pada nantinya dalam sistem informasi.

Class diagram adalah salah satu jenis diagram struktur pada UML yang menggambarkan dengan jelas struktur serta deskripsi *class*, atribut, metode, dan hubungan dari setiap objek. Ia bersifat statis, dalam artian class diagram bukan menjelaskan apa yang terjadi jika kelas-kelasnya berhubungan, melainkan menjelaskan hubungan apa yang terjadi.

Diagram kelas ini memiliki beberapa fungsi, fungsi utamanya yaitu menggambarkan struktur dari sebuah sistem. Berikut ini adalah fungsi-fungsi lainnya :

a. Menunjukan struktur dari suatu sistem dengan jelas.
b. Meningkatkan pemahaman tentang gambaran umum atau skema dari suatu program.
c. Dapat digunakan untuk analisis bisnis dan digunakan untuk membuat model sistem dari sisi bisnis.
d. Dapat memberikan gambaran mengenai sistem atau perangkat lunak serta relasi-relasi yang terkandung di dalamnya.



Gambar 2. Class Diagram

IV. HASIL & PEMBAHASAN

Adapun hasil dari implementasi beberapa metode pengumpulan data di atas terhadapa sistem pembelian dan penjualan berbasis website, antara lain :

A. *Hasil dari Studi Literatur*

Dari berbagai referensi ilmiah dan jurnal yang dikaji, penggunaan website dalam sistem e-commerce terbukti mampu :

- Memperluas jangkauan pasar hingga ke luar wilayah
- Menurunkan biaya promosi dibandingkan pemasaran konvensional
- Meningkatkan kepercayaan pelanggan melalui tampilan produk yang professional
- Mempercepat proses transaksi dan pengelolaan data penjualan

Hal ini menunjukkan bahwa website bukan hanya sebagai media informasi, tetapi juga sebagai alat strategis untuk meningkatkan daya asing UMKM di era digital.

B. *Hasil Observasi pasar UMKM*

Hasil observasi pada beberapa pelaku UMKM menunjukkan bahwa :

- UMKM yang menggunakan website memiliki jumlah pelanggan lebih banyak dibandingkan yang hanya mengandalkan toko fisik atau media sosial
- Transaksi menjadi lebih tertata karena data pesanan, stok, dan pembayaran tercatat secara otomatis
- Pelanggan merasa lebih mudah melihat katalog produk, harga, dan melakukan pemesan

Dengan demikian, website membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional sekaligus kualitas pelayanan kepada pelanggan.

C. *Analisis berdasarkan Use Case*

Berdasarkan use case yang dirancang, sistem website memungkinkan actor seperti admin dan pelanggan melakukan berbagai aktivitas penting, antara lain:

- Pelanggan dapat melihat produk, memesan, dan melakukan pembayaran secara online.

- Admin dapat mengelola produk, stok, pesanan, dan laporan penjualan.

Use case ini menunjukkan bahwa website mampu mengintegrasikan seluruh proses bisnis penjualan dalam satu sistem, sehingga mengurangi kesalahan manual dan mempercepat alur kerja.

D. Analisis berdasarkan Diagram Class

Diagram class menggambarkan struktur sistem yang terdiri dari kelas seperti User, Produk, Pesanan, Pembayaran, dan Laporan. Hubungan antar kelas tersebut menunjukkan bahwa:

- Data pelanggan, transaksi, dan produk saling terhubung secara sistematis
- Informasi penjualan dapat disimpan dan diolah secara terstruktur
- Sistem mampu menghasilkan laporan penjualan yang akurat

Hal ini membuktikan bahwa website berbasis sistem informasi memberikan dukungan kuat terhadap pengambilan keputusan dan evaluasi bisnis UMKM.

Berdasarkan keempat metode tersebut, dapat diambil garis besar bahwa penggunaan website mampu meningkatkan efisiensi proses penjualan, mempermudah pengelolaan data dan transaksi, memperluas jangkauan pasar UMKM, serta meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

Dengan demikian, website berperan penting dalam meningkatkan efektivitas penjualan berbasis online, khususnya bagi UMKM yang ingin berkembang di tengah persaingan digital.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan melalui metode studi literatur, observasi pasar UMKM, analisis use case, dan diagram class, dapat disimpulkan bahwa penggunaan website sebagai media penjualan berbasis online memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan efektivitas penjualan. Website mampu memeperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi proses transaksi, serta mempermudah pengelolaan data penjualan secara terstruktur dan sistematis.

Hasil observasi menunjukkan bahwa UMKM yang memanfaatkan website memiliki sistem penjualan yang lebih tertata, pelayanan pelanggan yang lebih baik, serta potensi peningkatan jumlah transaksi dibandingkan dengan UMKM yang masih menggunakan metode konvensional. Selain itu, perancangan use case dan diagram class membuktikan bahwa website mampu mengintegrasikan seluruh proses bisnis penjualan, mulai dari pengelolaan produk hingga pembuatan laporan penjualan.

Dengan demikian penerapan website sebagai sistem penjualan online dapat menjadi solusi strategis bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di era digital. Pemanfaatan teknologi informasi melalui website tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai sistem pendukung pengambilan keputusan bisnis yang efektif dan efisien.

Berdasarkan penelitian ini, disarankan agar pelaku UMKM dapat lebih mengoptimalkan penggunaan website sebagai media penjualan online dengan memperhatikan aspek kemudahan penggunaan (usability), keamanan sistem, serta integrasi dengan metode pembayaran digital dan layanan pengiriman. Selain itu, diperlukan pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM agar mampu mengelola website secara mandiri dan berkelanjutan.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan pengembangan penelitian dengan menambahkan metode pengumpulan data kuantitatif, seperti kuesioner atau analisis data penjualan, guna mengukur tingkat peningkatan efektivitas penjualan secara lebih akurat. Penelitian lanjutan juga dapat mengkaji perbandingan efektivitas

antara website dan platform digital lainnya, seperti marketplace atau media sosial,serta mengintegrasikan teknologi pendukung seperti analitik web, kecerdasan buatan, atau sistem rekomendasi produk untuk meningkatkan performa penjualan online UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih Tuhan Yang Mahsa Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian dan penulisan jurnal ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan jurna ini.

Ucapan terima kasih disampaikan kepada para pelaku Usah Mikro, kecil, dan Menengah (UMKM) yang telah bersedia menjadi objek observasi. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan lancar.

REFERENSI

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2018). *Management Information System: Managing the Digital Firm*. Pearson Education.

Rosa, A. S., & Shalahuddin, M. (2018). *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek*. Informatika.

Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2015). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Network Perspective*. Springer.

Wahyudi, A., & Nugroho, Y. (2020). Penerapan E-Commerce untuk Meningkatkan Penjualan UMKM. *Jurnal Sistem Informasi*, 12(2), 85-94.

Yuliana, R., & Pratama, D. (2019). Analisis Pemanfaatan Website sebagai Media Pemasaran Digital UMKM. Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi, 7(1), 45-52.

Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management*. Pearson Education.

O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2016). *Management Information System*. McGraw Hill Education.