



PENGEMBANGAN APLIKASI PENJUALAN BUNGA BERBASIS WEBSITE

Moch. Fauzi Ramdani Koswara¹, Nella Nur Fajriyanti², Anggun Berliani³,
Maria Oktaviani Timung⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Informatika,
Universitas Bina Sarana Informatika

¹framdani643@gmail.com, ²nellany@gmail.com, ³anggunberliani35@gmail.com,
⁴mariaoktaviani365@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk di bidang perdagangan. Salah satu sektor yang dapat memanfaatkan teknologi ini adalah penjualan bunga. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan situs web yang memfasilitasi proses penjualan bunga secara efisien bagi penjual dan pembeli. Situs web ini dirancang untuk memungkinkan pengguna memilih, membeli, dan mengirim bunga dengan mudah melalui perangkat digital. Metode pengembangan yang digunakan adalah model waterfall, yang meliputi tahap perencanaan, analisis kebutuhan, desain, implementasi, dan pengujian. Fitur utama platform ini mencakup pencarian bunga berdasarkan kategori, pemilihan metode pembayaran, serta pelacakan pengiriman. Hasil pengembangan menunjukkan bahwa situs web ini dapat meningkatkan efisiensi transaksi penjualan bunga, memberikan kemudahan bagi pengguna, dan membantu penjual memperluas pasar mereka. Uji coba aplikasi menunjukkan bahwa situs web ini memenuhi kebutuhan pengguna dalam transaksi penjualan bunga secara online. Fitur-fitur yang disediakan terbukti mempermudah proses pemesanan dan pengiriman. Namun, penelitian ini menyarankan pengembangan lebih lanjut untuk menambah fitur interaktif, seperti rekomendasi bunga yang dipersonalisasi, serta meningkatkan keamanan transaksi online guna melindungi data pengguna. Dengan pengembangan berkelanjutan, situs web ini diharapkan mampu menjadi solusi efektif dan inovatif untuk mendukung digitalisasi sektor penjualan bunga.

Kata Kunci: pengembangan website, penjualan bunga, e-commerce, teknologi informasi

Article History

Received: January 2025
Reviewed: January 2025
Published: January 2025

Plagiarism Checker No 234
Prefix DOI :
10.8734/Musytari.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Musytari



This work is licensed under
a [Creative Commons
Attribution-NonCommercial
4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



Abstract

The rapid development of information technology has significantly transformed various aspects of life, including commerce. One sector that can leverage this technology is flower sales. This study aims to develop a website that facilitates efficient flower sales processes for both sellers and buyers. The website is designed to allow users to easily select, purchase, and send flowers via digital devices. The development method used is the waterfall model, which includes planning, requirements analysis, design, implementation, and testing phases. The main features of this platform include flower search by category, payment method selection, and delivery tracking. The development results indicate that this website can enhance the efficiency of flower sales transactions, provide convenience for users, and help sellers expand their market reach. Application testing shows that the website meets user needs in conducting online flower sales transactions. The provided features have proven to simplify the ordering and delivery processes. However, this study recommends further development to add interactive features, such as personalized flower recommendations, and to improve online transaction security to protect user data. With continuous development, this website is expected to become an effective and innovative solution to support the digitalization of the flower sales sector.

Keywords: *website development, flower sales, e-commerce, information technology*

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri penjualan bunga di Indonesia memiliki potensi yang besar, seiring dengan meningkatnya permintaan untuk bunga dalam berbagai acara seperti pernikahan, ulang tahun, perayaan, dan pemakaman. Namun, banyak toko bunga tradisional menghadapi tantangan dalam menjangkau pelanggan yang lebih luas akibat keterbatasan geografis dan kurangnya platform teknologi yang memadai. Menurut Wijaya (2021), digitalisasi di sektor perdagangan dapat meningkatkan efisiensi dan memperluas pasar.

Bisnis penjualan bunga memiliki potensi yang besar dalam pasar lokal maupun global, khususnya dengan meningkatnya kebutuhan bunga untuk berbagai acara seperti pernikahan, ulang tahun, dan perayaan lainnya. Namun, banyak toko bunga tradisional menghadapi tantangan dalam menjangkau pelanggan yang lebih luas, terutama di era digital saat ini. Keterbatasan dalam sistem pemesanan, promosi, dan komunikasi dengan pelanggan sering menjadi hambatan utama.



Pengembangan aplikasi penjualan bunga berbasis website diharapkan dapat menjadi solusi untuk masalah tersebut. Aplikasi ini akan menyediakan platform yang mudah diakses bagi pelanggan untuk memesan bunga, melihat katalog produk, dan memanfaatkan berbagai promosi secara real-time. Dengan memanfaatkan teknologi digital, toko bunga dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana meningkatkan aksesibilitas dan kemudahan dalam memesan bunga bagi pelanggan?
2. Bagaimana menyediakan informasi katalog bunga yang lengkap dan terupdate secara real-time?
3. Bagaimana memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional toko bunga?
4. Apa saja fitur utama yang harus tersedia dalam aplikasi penjualan bunga untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan toko bunga?

1.3 Ruang Lingkup

Penelitian ini mencakup:

- Pengembangan fitur utama seperti pencarian produk, keranjang belanja, metode pembayaran, dan pelacakan pesanan.
- Pengumpulan data melalui survei atau wawancara dengan toko bunga dan pelanggan sebagai dasar pengembangan website.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengembangkan website yang memudahkan pelanggan dalam memesan bunga.
2. Menyediakan platform yang efisien dan terintegrasi untuk pemilik toko bunga dalam mengelola bisnis mereka.
3. Meningkatkan jangkauan pasar dan daya saing toko bunga melalui solusi digital.
4. Meningkatkan pengalaman pelanggan melalui fitur yang interaktif dan mudah digunakan.
5. Memberikan kontribusi terhadap transformasi digital dalam industri penjualan bunga.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Digitalisasi dan UMKM

Menurut Wijaya (2021), digitalisasi merupakan kunci utama bagi UMKM untuk bersaing di era modern. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi, dan menyediakan layanan yang lebih baik kepada pelanggan.

2.2 Integrasi Sistem Pembayaran Digital

Purnama dan Setiawan (2022) menunjukkan bahwa integrasi sistem pembayaran digital menjadi elemen penting dalam aplikasi e-commerce. E-wallet seperti GoPay, OVO, dan ShopeePay semakin banyak digunakan masyarakat Indonesia karena kemudahannya. Aplikasi yang menawarkan berbagai metode pembayaran cenderung memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi.

Relevansi: Menyediakan integrasi pembayaran digital dalam website penjualan bunga akan meningkatkan kenyamanan pengguna dan mempercepat proses transaksi.

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode Waterfall adalah salah satu pendekatan dalam pengembangan perangkat lunak yang mengikuti alur kerja berurutan. Setiap tahap dalam metode ini harus diselesaikan sepenuhnya sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya. Berikut adalah penjelasan setiap tahap jika menggunakan metode Waterfall dalam penelitian ini:

Tahapan Metode Waterfall

1. Requirement Analysis (Analisis Kebutuhan)

Tujuan: Mengumpulkan informasi dari stakeholder (pemilik toko bunga, pelanggan, dll.) untuk memahami kebutuhan dan harapan terhadap web.

2. System Design (Perancangan Sistem)

Tujuan: Membuat rancangan sistem secara teknis berdasarkan hasil analisis kebutuhan.

3. Implementation (Pengembangan Aplikasi)

Tujuan: Mengubah desain sistem menjadi website yang dapat digunakan.

4. Testing (Pengujian Sistem)

Tujuan: Memastikan website berjalan sesuai dengan kebutuhan yang telah ditentukan.

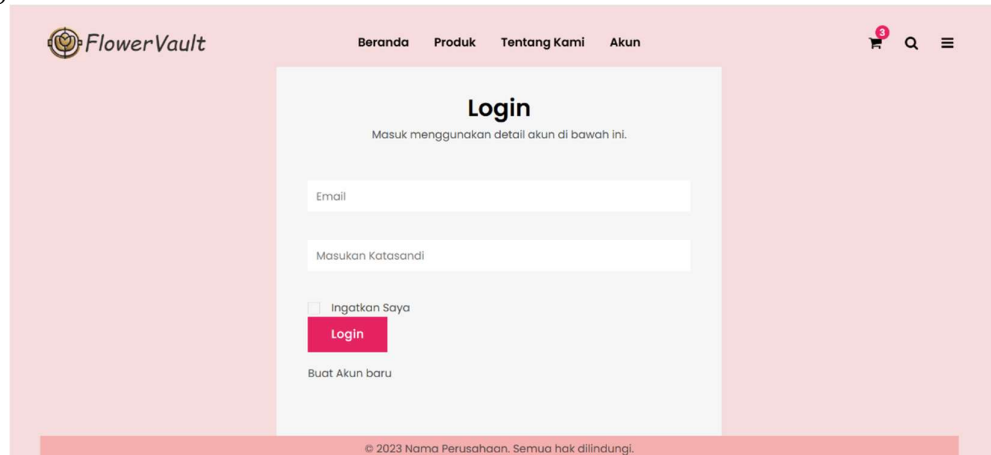
5. Deployment (Implementasi Sistem)

Tujuan: Menyediakan website untuk digunakan secara nyata oleh pelanggan dan pemilik toko bunga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Prototype

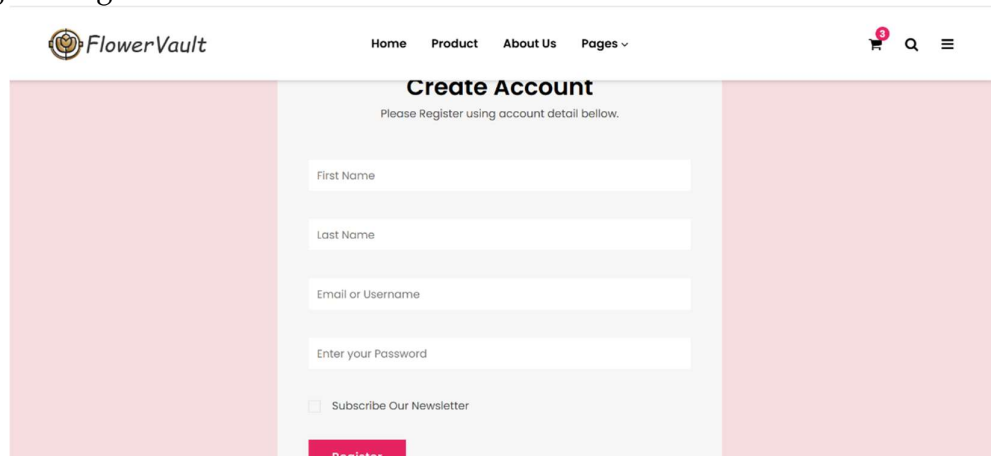
Menu Login



Gambar 1. Menu Login

Hanya pengguna yang memiliki akses resmi (dengan informasi login yang benar) yang dapat mengakses data atau fitur sensitif di dalam sistem, seperti riwayat pembelian, alamat pengiriman, atau metode pembayaran.

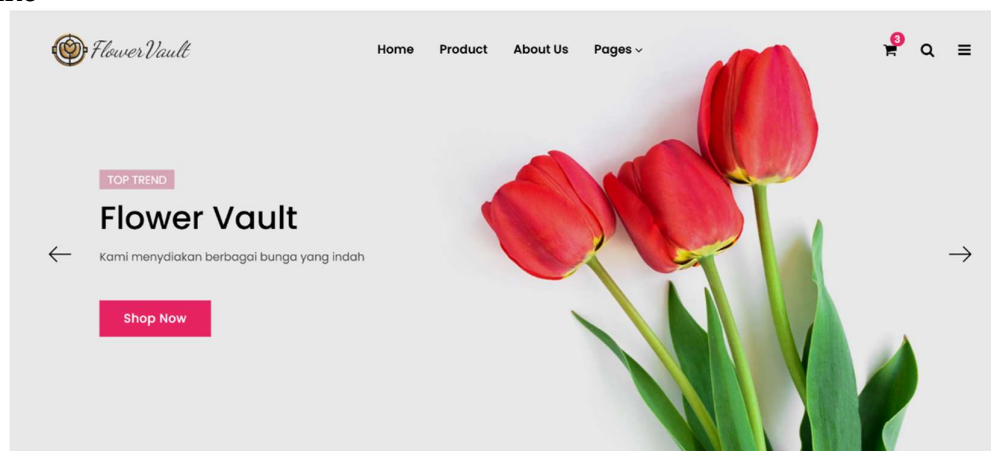
Menu Pages – Register



Gambar 2. Menu Pages - Register

Fungsi menu "Register" atau "Daftar" adalah untuk memungkinkan pengguna membuat akun baru di sebuah situs web. Menu ini dirancang untuk mendaftarkan pengguna baru agar dapat mengakses fitur atau layanan tertentu yang memerlukan autentikasi.

Menu Home

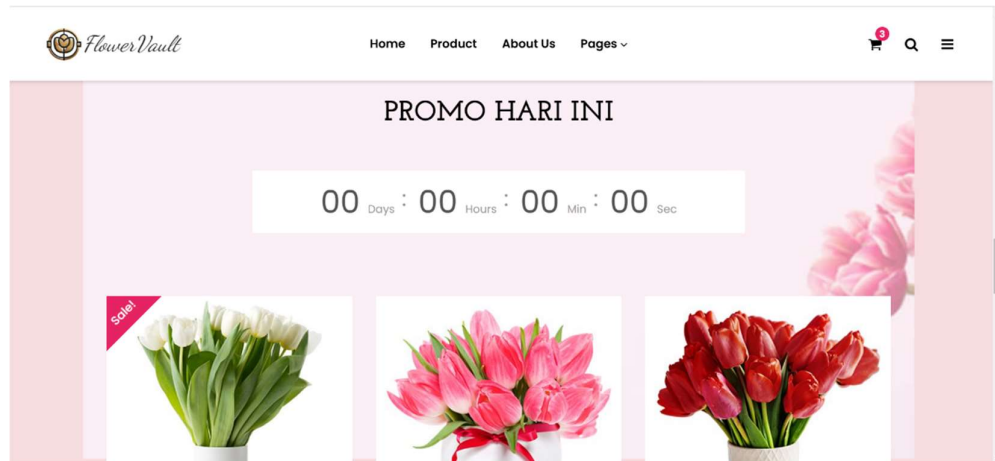


Gambar 2. Menu Home

Menu Pages



Gambar 3. Menu Pages



Gambar 4. Menu pages



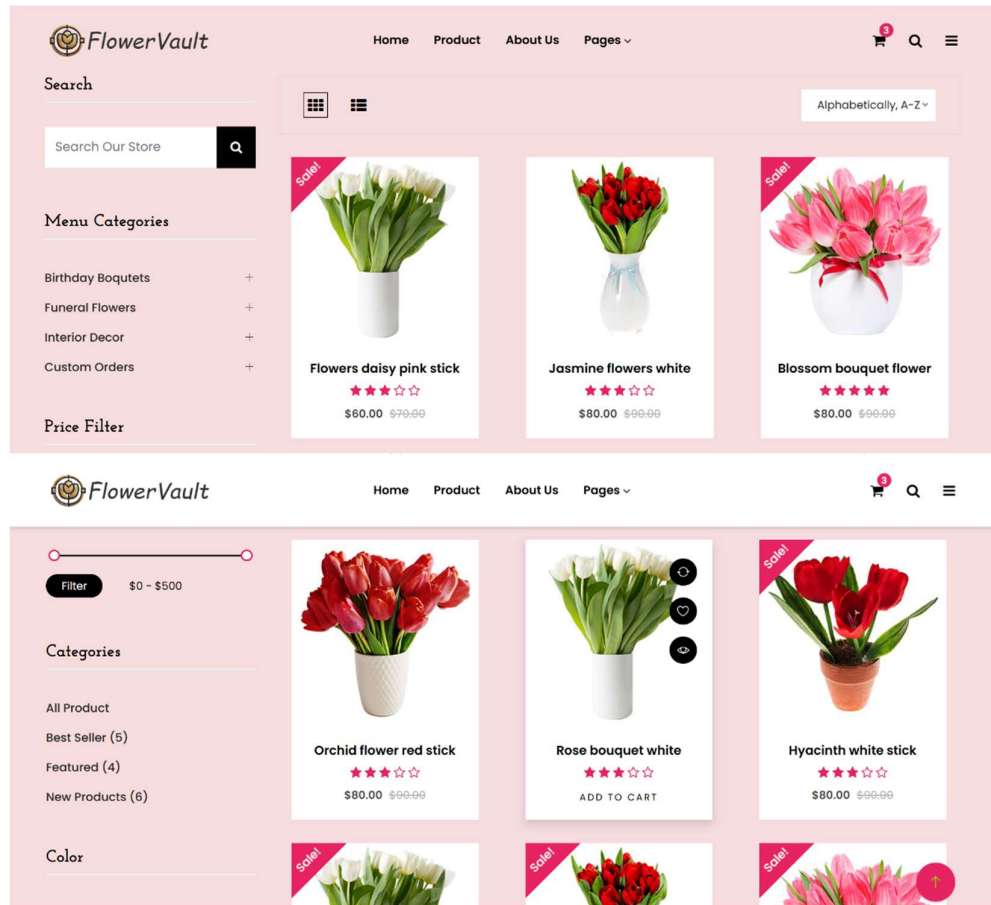
Gambar 5. Menu Pages

Gambar 2, 3, 4 dan 5.

Menu "Home" berfungsi sebagai titik awal bagi pengguna untuk menjelajahi situs web. Dari halaman beranda, pengguna biasanya dapat menemukan tautan ke berbagai bagian atau fitur lain dalam situs.

1. Menampilkan produk bunga unggulan.
2. Menyediakan promo atau diskon terbaru.
3. Memberikan informasi tentang layanan khusus (seperti pengiriman bunga cepat atau bunga custom).
4. Mengarahkan pengguna ke kategori produk seperti "Bunga Pernikahan" atau "Bunga Ulang Tahun."

Menu Product

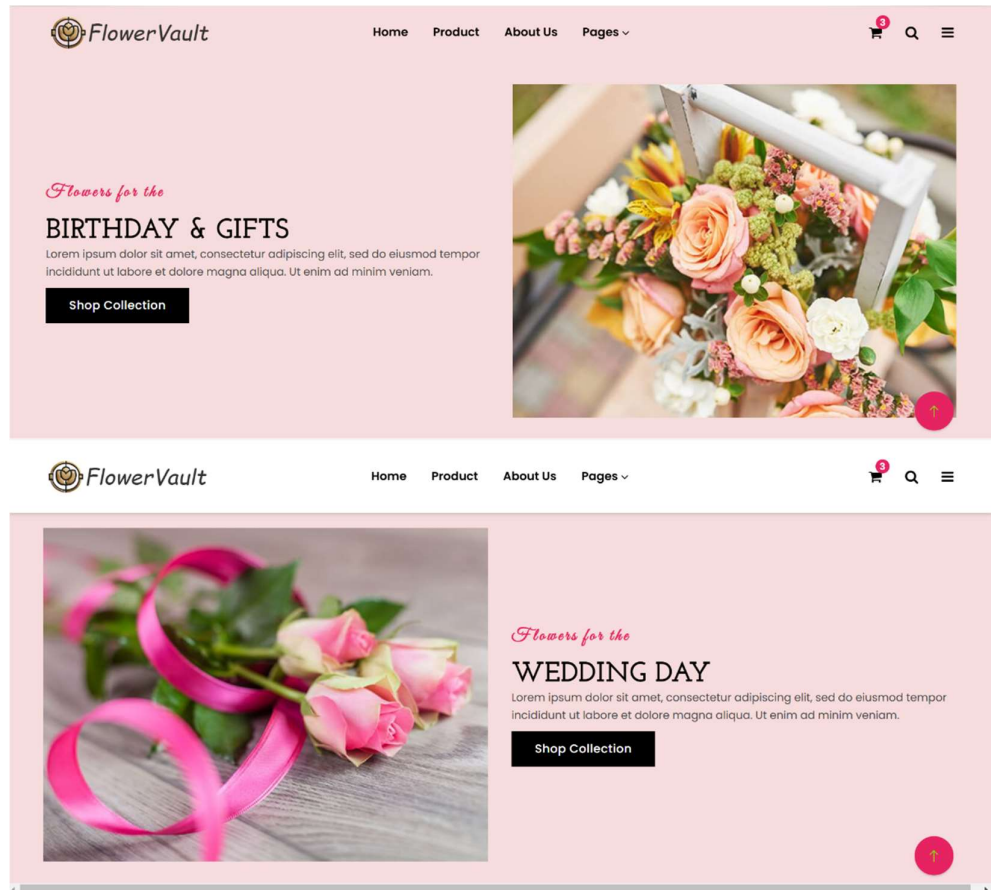


Gambar 6. Menu – Product

menu "Produk" kemungkinan besar berfungsi untuk:

- Menampilkan berbagai rangkaian bunga yang tersedia, seperti:
 - Bunga segar.
 - Bunga kering.
 - Buket untuk pernikahan, ulang tahun, atau ucapan duka cita.
- Memberikan opsi filter, seperti:
 - Warna bunga.
 - Jenis bunga (mawar, tulip, lili, dll.).
 - Harga.
- Mengarahkan pengguna ke pembelian rangkaian bunga atau aksesoris tambahan (seperti vas atau kartu ucapan).

Menu About Us

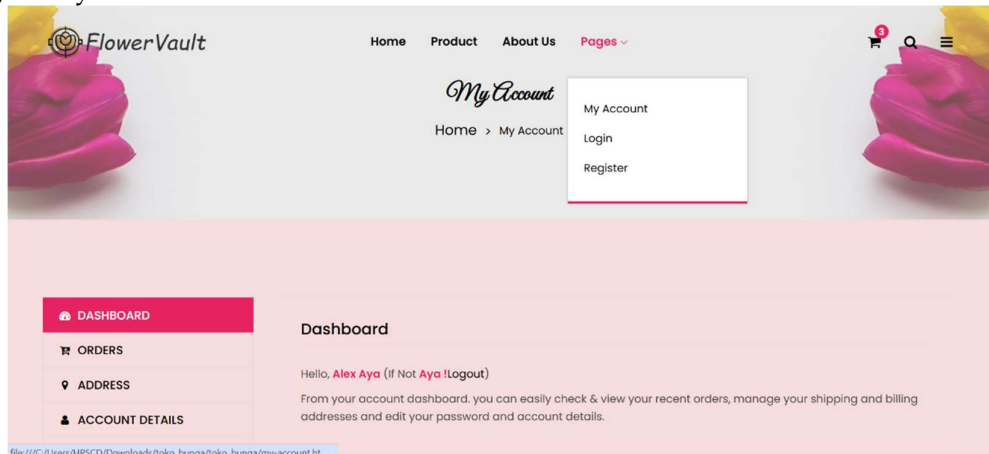


Gambar 7. Menu – About Us

menu "About Us" mungkin mencakup:

1. Komitmen FlowerVault untuk menyediakan bunga segar berkualitas tinggi.
2. Filosofi perusahaan mengenai seni merangkai bunga dan dampaknya terhadap momen spesial pelanggan.
3. Informasi tentang tim florist profesional di balik FlowerVault.
4. Inisiatif keberlanjutan seperti penggunaan bahan ramah lingkungan atau kemitraan dengan petani lokal.

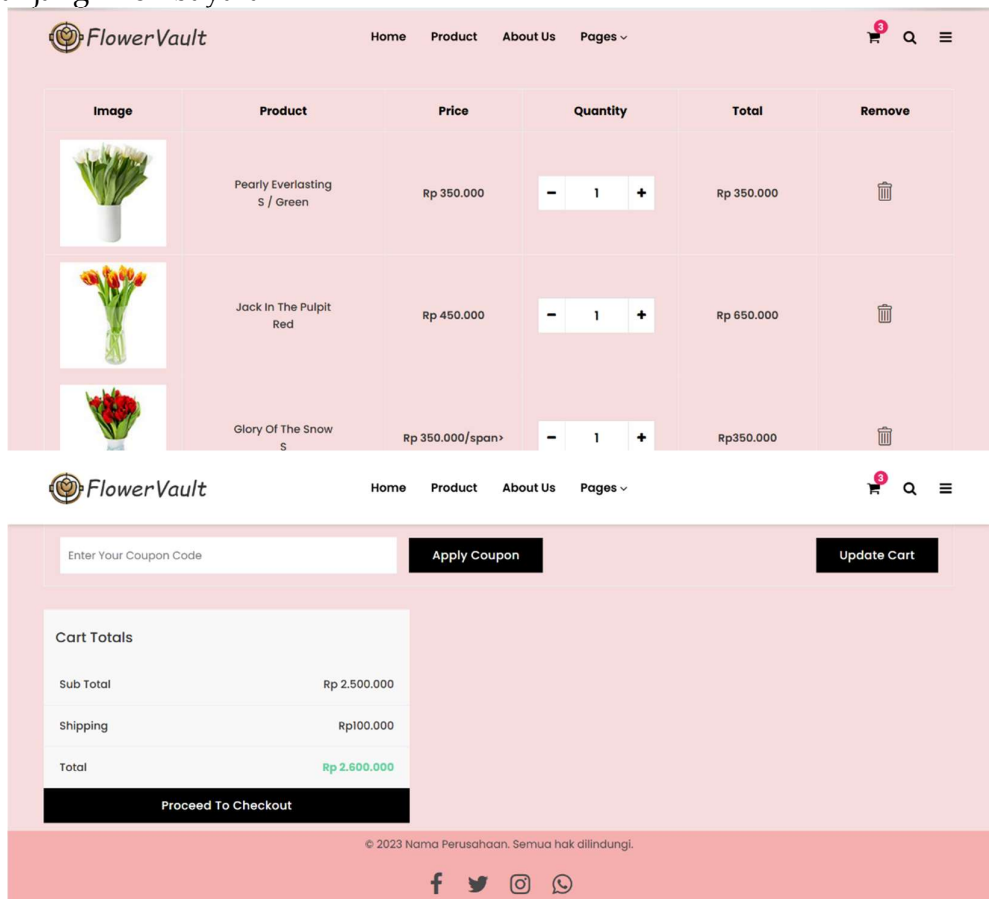
Menu Page – My Account



Gambar 8. Menu Page – My Account

Fungsi menu "My Account" adalah untuk memberikan akses kepada pengguna ke informasi dan pengaturan pribadi terkait akun mereka di situs web. Menu ini dirancang untuk mempermudah pengguna dalam mengelola akun dan aktivitas pelanggan.

Menu Keranjang - Pembayaran



Gambar 10. Menu Keranjang – Pembayaran



Menu "Keranjang" atau "Cart" bertindak sebagai tempat penyimpanan sementara bagi produk yang dipilih pengguna sebelum melakukan pembayaran. Menu "Pembayaran" atau "Checkout" bertugas untuk memfasilitasi proses akhir dalam transaksi, yaitu pembayaran barang yang ada di keranjang.

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Situs website penjualan bunga berbasis website yang dikembangkan dengan menggunakan metode Waterfall telah memenuhi kebutuhan pengguna, termasuk fitur katalog produk, keranjang belanja, metode pembayaran digital, dan pelacakan pesanan.
2. Teknologi informasi terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional toko bunga, memperluas jangkauan pasar, dan memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik, sesuai dengan tujuan awal penelitian.

5.2 Saran

1. Jika ingin fleksibilitas, gunakan framework seperti Laravel (PHP) atau React.js untuk pengalaman pengguna yang lebih unik.
2. Gunakan layanan website berbayar untuk mendapatkan akses ke fitur-fitur yang lebih lengkap dan mendukung kebutuhan pengguna secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Fulgentius Vicky Putratama Manesa yang berjudul "Perencanaan Business To Customer pada YMS Shop Pontianak". STMIK Pontianak
- Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Buket Bunga Berbasis Web". Journals UPI YAI
- Purnama, A., & Setiawan, B. (2022). Integrasi Sistem Pembayaran Digital dalam Aplikasi E-Commerce. *Jurnal Teknologi Informasi*, 15(2), 45-58.
- Wijaya, R. (2021). Digitalisasi dan UMKM: Kunci Utama untuk Bersaing di Era Modern. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 23-30.