

Perancangan Sistem Online Store Kebaya Dengan Menggunakan Model Gamifikasi Appreciative Berbasis Website

Lastris Hotmaida¹, Edward Rajagukguk², Harlen Gilbert Manullang³, Fati Gratianus Nafiri Larosa⁴, Arina Prima Silalahi⁵
^{1,2,3,4,5}Fakultas Ilmu Komputer
Universitas Methodist Indonesia

Info Artikel

Histori Artikel:

Received, Juli , 2021

Revised, Agust , 2021

Accepted,Agust , 2021

Keywords:

Sistem Online Store,
Gamifikasi Appreciative,
PHP,
MySQL.

ABSTRACT

Perkembangan teknologi dan informasi yang saat ini semakin lama semakin maju . Sayangnya masih ada beberapa kegiatan bisnis terutama dalam proses jual beli yang belum sejalan dengan kemajuannya teknologi saat ini, salah satunya pada Toko Butterfly Fashion yang saat ini masih melakukan sistem manual dalam hal melakukan penjualan, pencatatan produk dan pembuatan laporan . Oleh karena itu dibutuhkan sebuah perancangan sistem online store demi guna mempermudah pada sistem penjualan pada Toko Butterfly Fashion. Dengan adanya sistem online store ini akan memberikan pengaruh terhadap proses penjualan serta dalam mengelolah data penjualan maupun pembelian. Pada perancangan sistem ini menggunakan sebuah model Gamifikasi Appreciative yang berguna untuk meningkatkan terhadap pengalaman pembeli serta memberikan motivasi atau dorongan bagi pembeli dalam melakukan transaksi pembelian terhadap sebuah produk. Hasil yang diharapkan dalam perancangan sistem ini adalah akan memudahkan setiap pengguna sistem baik dari segi penjual maupun pembeli. Implementasi dalam pembuatan sistem ini menggunakan pemrograman PHP dan MySQL.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Penulis Koresponden:

Lastris Hotmaida,
Faculty of Computer Science,
Universitas Methodist Indonesia, Medan,
Jl. Hang Tuah No.8, Medan - Sumatera Utara.
Email: lastrisHotmaida11@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Butterfly Fashion merupakan salah satu bentuk usaha yang menyediakan produk penjualan kebaya yang menjual beberapa jenis model kebaya seperti model kartini, fatmawati, full payet, semi payet dan lainnya yang didasari dengan menggunakan bahan kebaya yaitu salah satunya seperti dari bahan katun dan brokat. Pada saat ini toko butterfly fashion masih melakukan cara manual atau konvensional dalam melakukan proses penjualan kebaya yaitu dengan menunggu setiap pembeli datang untuk melakukan proses pembelian terhadap produk tersebut sehingga transaksi jual beli pun masih dilakukan secara manual yaitu dengan cara langsung mendatangi ke toko , sehingga dalam hal ini toko butterfly fashion sedikit sulit dalam melakukan proses penjualan terhadap produk kebaya yang di sebabkan oleh tidak adanya sebuah sistem yang dapat membantu dalam proses penjualan kebaya yang pada toko butterfly fashion . Oleh karena itu toko butterfly fashion membutuhkan sebuah

sistem yang dapat mempermudah dalam proses memasarkan produk kebaya sekaligus yang dapat meningkatkan daya minat kepada pembeli dalam melakukan transaksi pembelian produk . Dalam pembahasan hal ini peneliti mengusulkan untuk membangun sebuah sistem pada toko butterfly fashion yaitu dengan merancang sebuah sistem online store kebaya dengan menggunakan model gamifikasi appreciative. Gamifikasi ini bertujuan untuk pengembangan sistem online store kebaya pada toko butterfly fashion yang dapat meningkatkan pengalaman, loyalty, dan motivasi pada pembeli dalam melakukan transaksi jual beli. Gamifikasi yang diterapkan pada sistem ini adalah penerapan sebuah game permainan yaitu dengan menggunakan game butterfly atau game kupu kupu, dimana pada saat pengguna memainkan atau menggunakan game tersebut akan menghasilkan sebuah hasil dalam bentuk berupa point yang nantinya hasil dari poin tersebut dapat ditukarkan oleh pembeli kedalam bentuk potongan harga pada saat melakukan transaksi pembelian terhadap sebuah produk kebaya pada toko butterfly fashion. Dengan adanya penerapan sistem game ini menjadi salah satu dorongan atau motivasi bagi pembeli dalam meningkatkan transaksi pembelian pada toko online store kebaya yang ada pada toko butterfly fashion. Pada penelitian sebelumnya model gamifikasi telah dilakukan oleh Mohd Amir Azmi dan Dalbir Singh pada tahun 2015 dari Universitas Kebangsaan Malaysia , penelitian ini membahas tentang penggabungan konsep game(gamifikasi) yang memiliki potensi yang dapat meningkatkan tingkat kegunaan LMS (Learning Managements System) yang dapat mendorong persaingan sehat antar siswa dan meningkatkan minat mereka dalam belajar sehari-hari.

2. METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara mengkaji objek terkait dengan topik penelitian. Cara yang dilakukan untuk mendapatkan data objek penelitian tersebut antara lain :

1. Studi Pustaka Pengumpulan data dilakukan dengan cara meneliti dan mempelajari terhadap topik penelitian yang dibuat yang di ambil melalui dari berbagai sumber diantaranya melalui situs internet, buku-buku, jurnal ilmiah dan sumber lainnya yang berkaitan dengan topik atau konsep yang diteliti.
2. Observasi Observasi yang dilakukan adalah dengan cara mengamati objek penelitian agar dapat mengetahui jenis keperluan yang akan digunakan dalam pembangunan sistem yang nanti nya dapat memenuhi kebutuhan user atau pengguna pada sistem.
3. Wawancara Adalah mengumpulkan data dengan cara tanya-jawab langsung dengan yang berwenang yang ada kaitannya dengan objek penelitian.
4. Studi Lapangan Merupakan suatu metode yang dilakukan oleh peneliti dengan cara pengamatan langsung terhadap kegiatan yang dilakukan pada toko butterfly fashion.

Adapun metode penelitian yang yang digunakan adalah gamifikasi appreciative dimana gamifikasi merupakan sebuah konsep yang mengacu pada penerapan mekanika dan dinamika permainan yang digunakan untuk meningkatkan motivasi, antusiasme dan keterlibatan pengguna (Botra, 2014). Gamifikasi juga dapat diartikan sebagai salah satu metode yang dapat dilakukan untuk pengembangan sistem transaksi online, yang bertujuan untuk meningkatkan terhadap pengalaman, loyalty, brand awereness dan motivasi dalam melakukan transaksi jual beli (Lucassen dalam Kardianawati, 2016). Appreciative Inquiry berasal dari kata dasar appreciative yang berarti menghargai, suatu tindakan memahami sesuatu yang terbaik dari individu atau dunia sekitarnya, memberi dukungan terhadap kelebihan, kesuksesan dan potensi dimasa lalu maupun dimasa kini. Sementara, inquiry berasal dari kata inquire yang berarti tindakan mengeksplorasi dan menemukan untuk memperluas pandangan terhadap kemungkinan dan potensi baru. Menurut Arif Prambayun dan Mohamad Faroz (2015) menjelaskan beberapa elemen – elemen gamifikasi diantaranya misi, tantangan (challenge) dan point (reward).

1. Misi
Merupakan sesuatu yang membuat pemain dapat memahami dan 13 merasakan situasi yang terjadi dalam sebuah permainan sehingga dapat terselesaikan.
2. Tantangan/Challenge

Adanya challenge akan membuat pemain menjadi semakin meningkat. Challenge yang merupakan sebuah tantangan yang diberikan kepada pemain untuk meningkatkan kemampuan dan mendapatkan reward.

3. Poin/Reward

Reward merupakan cara untuk meningkat kan motivasi bagi pengguna, reward diberikan sebagai apresiasi atas tindakan pengguna karena telah menyelesaikan aktivitas dari sebuah game. Dengan memberikan point pada setiap penggunaan game akan membuat pengguna termotivasi karena pengguna menerima feedback dari apa yang telah dikerjakan.

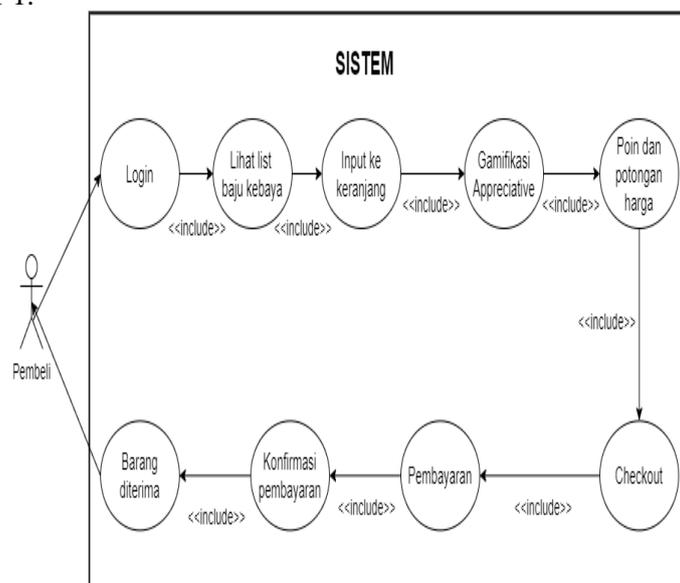
Terdapat prosedur yang diterapkan pada gamifikasi adalah sebagai berikut:

- Pembeli dapat menggunakan sistem gamifikasi untuk mendapatkan point sebagai potongan harga pada saat melakukan transaksi pembelian kebaya.
- Gamifikasi yang diterapkan berupa game kupa – kupa atau butterfly yang menghasilkan sebuah point yang dapat ditukarkan kedalam bentuk potongan harga.
- Point didapatkan berdasarkan dari banyak nya bunga yang dimakan oleh kupa – kupa.
- Kupa – kupa tersebut dapat bertahan apabila memakan pada setiap bunga yang tersedia.
- Game akan berakhir ketika kupa – kupa tersebut sudah tidak memperoleh atau mendapatkan bunga.
- Point akan terkumpul pada saat game berakhir atau game over. Secara langsung point akan terkonversi ke dalam bentuk rupiah yang dapat ditukarkan kedalam bentuk potongan harga pada saat melakukan transaksi pembelian kebaya.
- Batas maksimal point yang dapat dihasilkan pada gamifikasi berjumlah 100.000 point yang dapat dikonversikan kedalam rupiah sebesar 10.000 ribu rupiah. Dimana jika pencapaian 10.000 poin akan dikonversikan ke dalam rupiah sebesar 1.000 ribu rupiah, yang dimana untuk setiap score dapat mengandung nilai sebesar 10 rupiah yang nantinya dapat dibagikan dengan total keseluruhan jumlah point yang dihasilkan.

Adapun rancangan dari sistem yang akan diterapkan adalah antara lain :

1. Use Case Diagram Pembeli

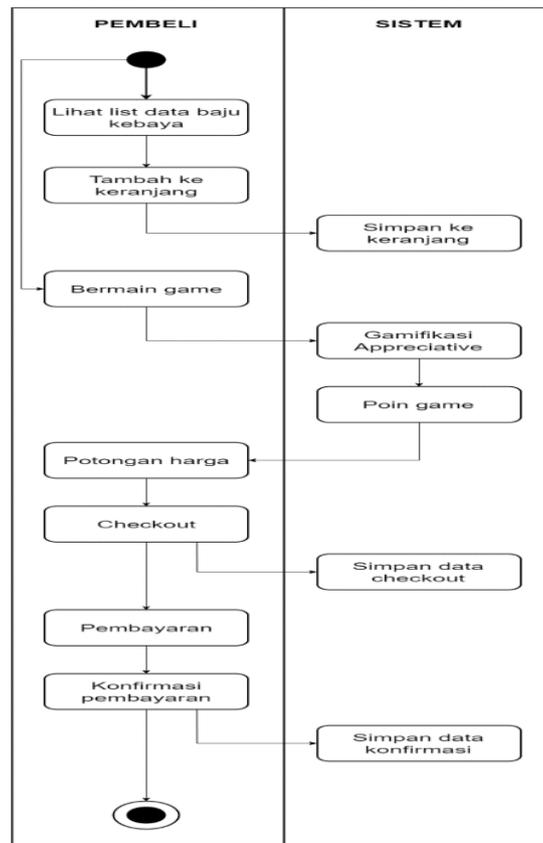
Berikut merupakan *Use Case* diagram pembeli dari perancangan sistem online store kebaya yang menggambarkan aktor pembeli dalam aplikasi yang akan dibangun. *Use Case* Diagram tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tampilan Halaman Login Pengguna

2. Activity diagram Pembeli

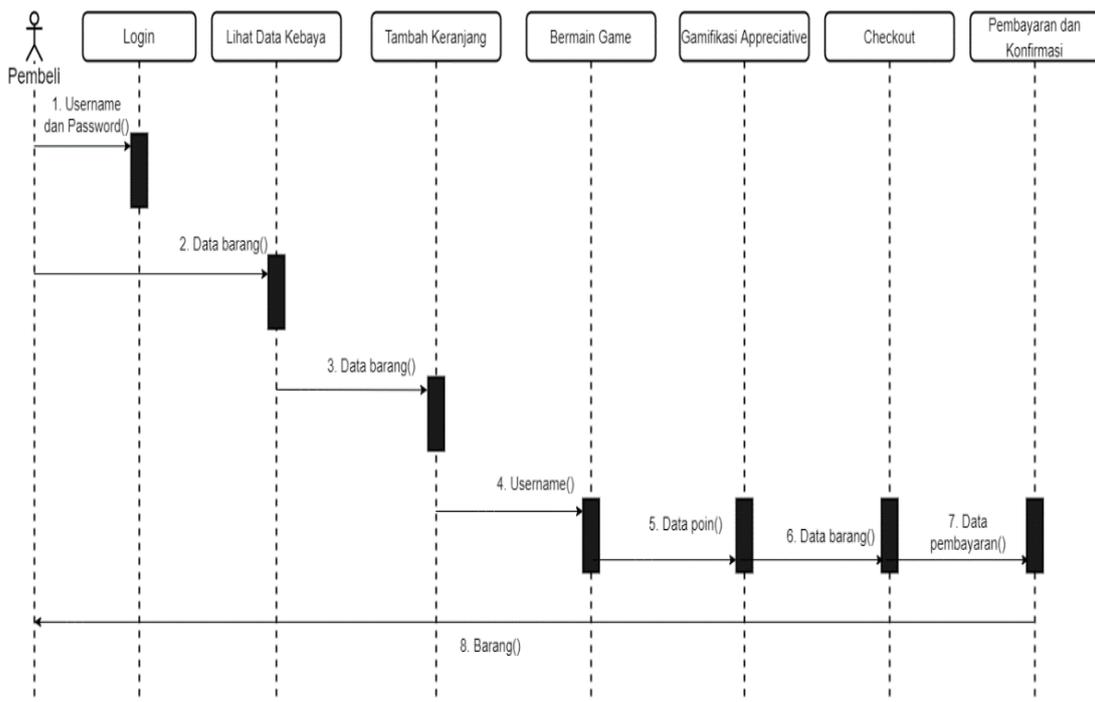
Activity diagram pembeli menggambarkan aliran aktivitas antara pembeli dengan sistem. *Activity diagram* pembeli dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Activity diagram Sistem Pembeli

3. Sequence Diagram Sistem Pembeli

Sequence Diagram pembeli menggambarkan aliran aktivitas antara pembeli dengan sistem. Sequence diagram sistem pembeli dapat dilihat pada Gambar 3.



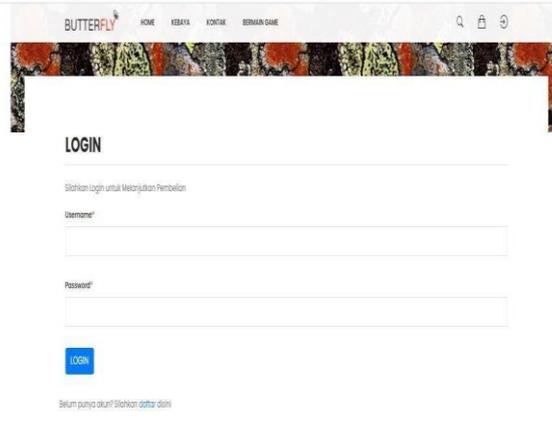
Gambar 3. Sequence Diagram Sistem Pembeli

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil yang diterapkan adalah antara lain:

3.1 Tampilan Halaman Login Pengguna

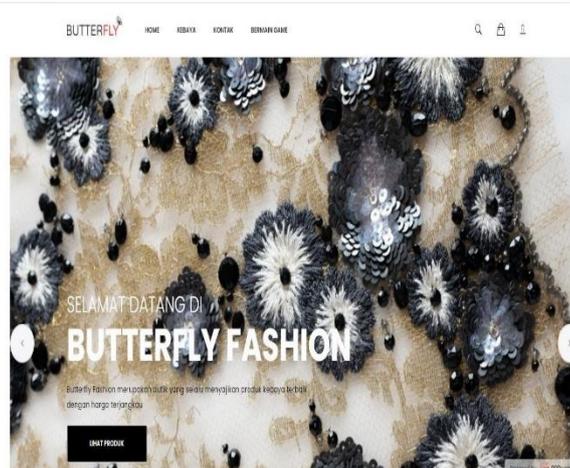
Gambar di bawah ini merupakan tampilan halaman login pembeli. Pada tampilan ini, pembeli dapat masuk ke dalam sistem dengan menggunakan username dan password yang telah ditentukan sebelumnya. Tampilan halaman login pembeli dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Tampilan Halaman Login Pengguna

3.2 Tampilan Halaman Awal Pengguna

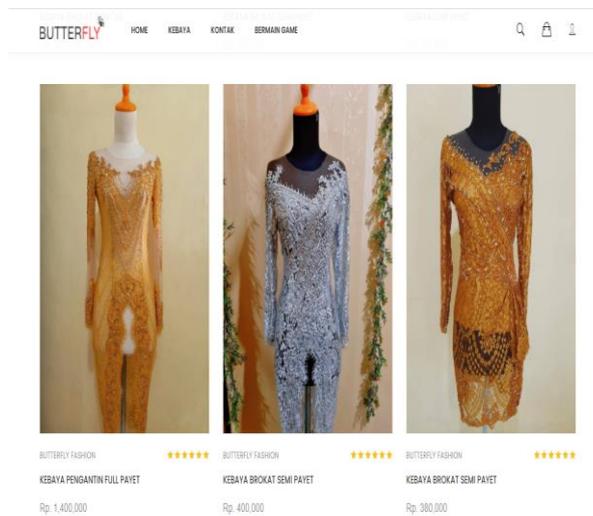
Gambar di bawah ini merupakan tampilan halaman awal pembeli. Tampilan ini merupakan tampilan awal yang akan dilihat pembeli pada saat pertama kali masuk ke dalam sistem. Tampilan halaman awal pengguna dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Tampilan Halaman Awal Pengguna

3.3 Tampilan Halaman Data Kebaya

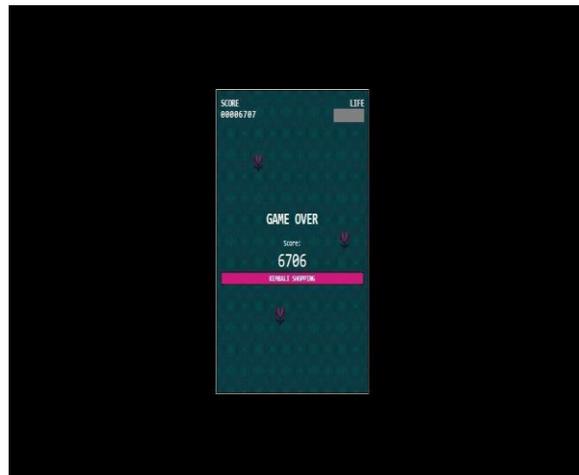
Gambar di bawah ini merupakan tampilan halaman halaman baju kebaya. Pada tampilan ini, pengguna dapat melihat data-data baju kebaya yang telah diunggah sebelumnya. Tampilan halaman data kebaya dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Tampilan Halaman Data Kebaya

3.4 Tampilan Halaman Game Butterfly

Gambar di bawah ini merupakan tampilan halaman *game butterfly*. Pada tampilan ini, pembeli dapat memainkan *game* untuk mendapatkan *point* yang akan dikonversikan secara otomatis ke bentuk rupiah. Tampilan halaman *game butterfly* dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 7. Tampilan Halaman Game Butterfly

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dari sistem yang telah dibuat maka dapat ditarik sebuah kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Sistem online store kebaya berhasil dirancang dengan menggunakan model gamifikasi appreciative pada toko butterfly fashion.
2. Sistem online store kebaya yang telah dibangun memberikan daya tarik kepada pembeli dan mempermudah proses penjualan pada toko butterfly fahsion.

REFERENSI

- [1] T. P. Rinjeni, J. Lemantara, and A. P. Wardhanic, “Implementasi Gamification pada Aplikasi Marketplace Penjualan Olahan Biji Kopi Berbasis Website
DOI:10.31504/komunika.v9i1.3079,” *J. Komunika J. Komunikasi, Media dan Inform.*, vol. 9, no. 1, p. 52, 2020, doi:10.31504/komunika.v9i1.3079.
- [2] M. Takdir, “Kepomath Go ‘ Penerapan Konsep Gamifikasi Dalam Pembelajaran Matematika Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Matematika Siswa ,” *Penelit. Pendidik. Insa.*, vol. 20, pp. 1–6, 2017.
- [3] U. Rahardja, Q. Aini, H. D. Ariessanti, and A. Khoirunisa, “Pengaruh Gamifikasi pada iDu (iLearning Education) dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa,” *NJCA (Nusantara J. Comput. Its Appl.*, vol. 3, no. 2, pp. 120–124, 2018, doi: 10.36564/njca.v3i2.85.
- [4] Y. Saladin, A. R. Adriyanto, and W. Lukito, “PERANCANGAN PURWARUPA APLIKASI TOKO ONLINE TOMIKO MART Program Studi Desain Komunikasi Visual , Fakultas Industri Kreatif , Universitas Telkom,” vol. 7, no. 1, pp. 165–178, 2020.
- [5] S. R. C. Nursari and Y. Immanuel, “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online,” *CCIT J.*, vol. 11, no. 1, pp. 102–114, 2018, doi: 10.33050/ccit.v11i1.563.
- [6] M. M. Tersegno and L. Berlin, “Biopsy or Follow-Up Mammography? [2] (multiple letters),” *Am. J. Roentgenol.*, vol. 181, no. 6, pp. 1716–1717, 2003, doi: 10.2214/ajr.181.6.1811716b.
- [7] A. Kardianawati, H. Haryanto, U. Rosyidah, and K. Kunci, “Penerapan Konsep Gamifikasi Appreciative Pada E-Marketplace Umkm,” *Techno.Com*, vol. 15, no. 4, pp. 343–351, 2016, [Online]. Available: <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/technoc/article/view/1274>.