IMPLEMENTASI METODE *BARGAINING ZONE* PADA PROSES TAWAR-MENAWAR *MULTI PRODUCT* DI PT. ARAYA DISTRIVERSA LESTARI CABANG MALANG

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Komputer (S. Kom)
Pada Program Studi Teknik Informatika

OLEH :

AMIARI SAMSIARISKA

NPM: 11.1.03.02.0040

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2016

Skripsi oleh :

AMIARI SAMSIARISKA
NPM: 11.1.03.02.0040

Judul :

IMPLEMENTASI METODE *BARGAINING ZONE* PADA PROSES TAWAR-MENAWAR *MULTI PRODUCT* DI PT. ARAYA DISTRIVERSA LESTARI CABANG MALANG

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Teknik Informatika
Fakultas Teknik UN PGRI Kediri

Tanggal: 11 Januari 2016

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. M. Anas, SE., M.M., M.Si	Dr. Suryo Widodo, M.Pd
NIDN. 0028106601	NIDN. 0002026403

ii

Skripsi oleh:

AMIARI SAMSIARISKA

NPM: 11.1.03.02.0040

Judul:

IMPLEMENTASI METODE *BARGAINING ZONE* PADA PROSES TAWAR-MENAWAR *MULTI PRODUCT* DI PT. ARAYA DISTRIVERSA LESTARI CABANG MALANG

SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Teknik Informatika
Fakultas Teknik UN PGRI Kediri
Pada tanggal: 11 Januari 2016

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. M. Anas, S.E, M.M, M.Si _____
2. Penguji 1 : Fatkhur Rohman, M.Pd _____
3. Penguji 2 : Dr. Suryo Widodo, M.Pd _____

Mengetahui,
Dekan Fakultas Teknik

Dr. Suryo Widodo, M.Pd
NIP. 19640202 199103 1 002

iii

Implementasi Metode *Barrgaining Zone* Pada Proses Tawar-Menawar *Multi Product* di PT. Araya Distriversa Lestari Cabang Malang

Amiarai Samsiariska
11.1.03.02.0040
Teknik – Teknik Informatika
Miiomiia2@gmail.com
Dr. M. Anas, S.E, M.M, M.Si [1)], Dr. Suryo Widodo, M.Pd [2)]
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

E-Commerce ini memudahkan *customer* untuk dapat melakukan transaksi jual-beli tanpa harus datang ke tempatnya. Namun pada saat ini, *E-Commerce* yang telah menjamur di dunia maya hanyalah situs penjualan yang hanya merespon permintaan dari pembeli berupa pemesanan dan pembelian produk saja, tanpa adanya kegiatan tawar-menawar harga. Padahal, dalam transaksi jual-beli terdapat proses yang sangat penting bagi konsumen yaitu, proses tawar-menawar.

Tujuan penelitian ini adalah merancang sebuah sistem informasi berbasis *E-Commerce* yang mampu memberikan layanan proses tawar-menawar harga *multi product* dari *customer* dilakukan oleh sistem secara otomatis. Sehingga transaksi terasa lebih efektif, efisien dan kesepakatan optimal dapat tercapai.

Dalam teknik penelitian yang disertakan yaitu pengembangan dari masalah yang ada pada transaksi penjualan dan pembelian produk secara *online*, kemudian diubah ke dalam bentuk sistem yang mampu memberikan solusi. Proses tawar-menawar otomatis yang dilakukan oleh sistem penjualan *online* atau *E-Commerce* berdasarkan dari penerapan ilmu ekonomi, logika *Fuzzy Tsukamoto*, dan metode *Bargaining Zone*. Penelitian dilakukan di PT. Araya Distriversa Lestari Cabang Malang, dengan wawancara mengadakan tanya jawab kepada narasumber.

Hasil yang dicapai bahwa sistem penjualan *online* atau *E-Commerce* akan mampu merespon proses tawar-menawar harga *multi product* dari *customer* secara otomatis, dengan menggunakan tiga kriteria utama sebagai acuan dalam menentukan harga penawaran baru yang ditawarkan oleh sistem. Kesimpulan yang dapat diambil adalah sistem penjualan *online* yang mampu merespon penawaran harga *multi product* secara otomatis dapat membantu *customer* dalam melakukan transaksi tawar-menawar harga barang yang dibelinya sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.

Kata kunci: *E-Commerce*, *Bargaining Zone*, Penjualan, *Customer*, Jenis Produk, *Internet*.

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi Informasi adalah sebuah dunia yang selalu dinamis dan mudah berubah, yang sekarang ini menjadi trend belum tentu menjadi trend pada tahun berikutnya. Perubahan yang pesat dalam dunia Teknologi Informasi turut membawa pengaruh yang besar pada bidang-bidang yang diimplementasikan, termasuk dunia bisnis. Dengan bantuan teknologi internet secara dramatis telah mengubah cara berbagai perusahaan untuk mengendalikan bisnis mereka.

Semakin meluasnya pengaruh serta dampak internet, dan semakin banyak perusahaan menggunakan internet, kemungkinan untuk mengendalikan perdagangan antar bisnis di internet semakin bertambah, dan semakin menjadi bagian yang utama dari perdagangan barang dan jasa saat ini. Tak dapat dipungkiri bahwa

semakin beragamnya layanan dan fasilitas yang ditawarkan, maka akan semakin menarik perhatian dan minat konsumen untuk menggunakan jasa layanan di internet.

Perkembangan internet yang pesat merupakan faktor pendorong E-Commerce. E-Commerce (Electronic Commerce) sendiri adalah software yang dibangun khusus membuat toko di dunia maya, dengan memfasilitasi penjualan dan pembelian produk, informasi, dan jasa yang dilakukan dengan memanfaatkan jaringan komputer yakni internet. Dengan adanya situs penjualan online atau E-Commerce perusahaan dapat menekan biaya yang harus dikeluarkan untuk keperluan informasi (iklan), selain itu pada E-Commerce proses transaksi bisa berlangsung dengan cepat dan biaya lebih efisien, sehingga dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam bersaing.

E-Commerce ini memudahkan customer untuk dapat melakukan transaksi jual-beli tanpa harus datang ke tempatnya. Namun pada saat ini, E-Commerce yang telah menjamur di dunia maya hanyalah situs penjualan yang hanya merespon permintaan dari pembeli berupa pemesanan dan pembelian produk saja, tanpa adanya kegiatan tawar-menawar harga. Padahal, dalam transaksi jual-beli terdapat proses yang sangat penting bagi konsumen, yaitu proses tawar-menawar.

Berdasarakan latar belakang di atas, penulis berupaya untuk memecahkan permasalahan tersebut, yaitu dengan mengangkat judul "IMPLEMENTASI METODE BARGAINING ZONE PADA PROSES TAWAR-MENAWAR MULTI PRODUCT DI PT. ARAYA DISTRIVERSA LESTARI CABANG MALANG"

B. THE BARGAINING ZONE

Menurut Aribowo Prijosaksono & Roy Sembel (2003), dalam proses inti dari negosiasi, yaitu proses tawar-menawar, kita perlu mengetahui apa itu The Bargaining Zone (TBZ). The Bargaining Zone adalah suatu wilayah ruang yang dibatasi oleh harga penawaran pihak penjual (Seller's Opening Price) dan tawaran awal oleh pembeli (Buyer's Opening Offer). Di antara kedua titik tersebut terdapat dua sisi, yaitu :

1. Pembeli
   a. *Buyer's Ideal Offer*
   b. *Buyer's Realistic Price*
   c. *Buyer's Highest Price Seller's*
2. Penjual
   a. *Seller's Ideal Price*
   b. *Seller's Realistic Price*
   c. *Seller's Lowest Price*

Kesepakatan kedua belah pihak yang paling baik adalah terjadi di dalam wilayah yang disebut Final Offer Zone yang dibatasi oleh Seller's Realistic Price dan Buyer's Realistic Price. Biasanya kesepakatan terjadi ketika terdapat suatu

overlap antara pembeli dan penjual dalam wilayah Final Offer Zone.

Gambar 2.1 Zona Tawar-menawar

Babak terakhir dalam proses negoisasi adalah membangun kesepakatan dan menutup negoisasi. Ketika tercapai kesepakatan biasanya kedua pihak melakukan jabat tangan sebagai tanda bahwa kesepakatan (*deal or agreement*) telah dicapai dan kedua pihak memiliki komitmen untuk melaksanakannya. Negoisasi tidak akan pernah tercapai kesepakatan kalau sejak awal masing-masing atau salah satu pihak tidak memiliki niat untuk mencapai kesepakatan. Kesepakatan harus dibangun dari keinginan atau niat dari kedua belah pihak.

C. PEMECAHAN MASALAH

Seorang customer yang telah menjadi member berencana membeli berbagai produk dengan harga:

(P1) @ Rp. 27.500

sebanyak (Q1) 4 buah.

(P2) @ Rp. 38.500

sebanyak (Q2) 3 buah.

(P3) @ Rp. 35.200

sebanyak (Q3) 5 buah.

Total Harga Belanja : Rp. 401.500

Penyelesaian:

Harga jual per-*item* :

(P_1) @ Rp. 27.500

(P_2) @ Rp. 38.500

(P_3) @ Rp. 35.200

Harga pokok per-*item* :

(P_1) @ Rp. 22.500

(P_2) @ Rp. 33.500

(P_3) @ Rp. 30.200

Margin : 5000 x 3 = Rp. 15.000

Harga Terendah :

Rp. 22.500 x 4 = Rp. 90.000

Rp. 33.500 x 3 = Rp. 100.500

Rp. 30.200 x 5 = Rp. 151.000

+

Rp. 341.500 **Harga Terendah :**

Rp. 22.500 x 4 = Rp. 90.000

Rp. 33.500 x 3 = Rp. 100.500

Rp. 30.200 x 5 = Rp. 151.000

+

Rp. 341.500

Batas Penawaran :

Dalam menghitung batas penawaran digunakan nilai 1,19 sebagai bobot yang diproleh dari perhitungan *Fuzzy Tzukamoto* untuk menetukan kriteria variabel batas penawaran.

Rp. 341.500 + (15.000 x 1,19)

= Rp. 341. 500 + 17.850

= Rp. 358. 350

Total Pembelian :

(P1) Rp. 27.500 x 4 = Rp. 110.000

(P2) Rp. 38.500 x 3 = Rp. 115.500

(P3) Rp. 35.200 x 5 = Rp. 176.000 +

Rp. 401.500

Harga Baru 1 :

Pada penghitungan harga baru menggunakan bobot 0,40 yang didapat dari hasil bagi bobot batas penawaran dengan jumlah barang minimal pembelian

Rp. 401.500 – (15.000 x 0,40)

= Rp. 401.500 – 6000

= Rp. 395.500

(Next Proses Tawar-menawar)

Harga Baru 2 :

Margin 2 : Rp. 395.500 – Rp. 359.350

= Rp. 36.150

Harga Baru : Rp. 395.500 – (36.150 x 0,40)

= Rp. 395.500 – 14.460

= Rp. Rp. 381.040

(Next Proses Tawar-menawar)

Harga Baru 3:

Margin : Rp. 381.040 – Rp. 359.350

= Rp. 21.690

Harga Baru : Rp. 381.040 – (21.690 x 0,40)

= Rp. 381.040 – 8676

= Rp. 372.364

(Next Proses Tawar-menawar)

Harga Baru 4 :

Margin : Rp. 372.364 – Rp. 359.350

= Rp. 13.014

Harga Baru : Rp. 372.364 – (13.014 x 0,40)

= Rp. 372.364 – 5206

Proses tawar menawar akan berlangsung selama Customer melakukan Penawaran, hingga Sistem berhenti memberikan penawaran jika harga tersebut kurang dari batas harga yang telah ditentukan yaitu :

Margin : Rp. 359.352 – Rp. 359.350

= Rp. 2

Harga Baru : Rp.359.352 – (2 x 0,40)

= Rp. 359.352 – 1

= Rp. 359.351 ← **Harga max**

D. IMPLEMENTASI SISTEM

1. Halaman Login

2. Halaman Pembelian User

3. Halaman Check Pembelian

4. Halaman Tawar Harga

5. Halaman Tawar Menawar

6. Halaman Final Belanja

E. KESIMPULAN

1. Sistem penjualan online ini mampu merespon penawaran harga dari customer sehingga terjadi proses tawar-menawar harga multi product secara otomatis antara customer dengan sistem itu sendiri.
2. Metode Bargaining Zone diterapkan dalam pembuatan sistem penjualan online atau E-Commerce yang secara otomatis dapat memberikan layanan tawar-menawar harga multi product kepada customer.

F. DAFTAR PUSTAKA

Abdul, Kadir. 2001. Dasar-dasar Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP. Yogyakarta : Andi Offset

Abdurrahman, Ginanjar.2011. Penerapan Metode Tsukamoto (Logika Fuzzy) Dalam Sistem Pendukung Keputusan Untuk Menentukan Jumlah Produksi Berdasarkan Data Persediaan dan Jumlah Permintaan. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.

Adi, Nugroho.2004. Analisis dan Perancangan Sistem Informasi dengan Metodologi Berorientasi Objek. Yogyakarta : C.V Andi Offset.

Andi.2007. Seri Panduan Lengkap Macromedia Dreamweaver 8. Yogyakarta : Andi Offset.

Anhar, ST.2010. PHP dan MySQL Secara Otodidak. Jakarta : Mediakita.

Amin, Muhammad Miftakul.2010. Pengembangan Aplikasi Web menggunakan PHP Data Objects (PDO), Yogyakarta : Graha Ilmu.

Aribowo, Prijosaksono & Roy Sembel. 2003. If You Want to be Rich and Happy MAXIMIZE YOUR STRENGTH. Jakarta : Gramedia.

Bunafit, Nugroho. 2004. Panduan Lengkap Menguasai Perintah MySQL. Jakarta : Mediakita.

Edi, Purwono.2006. Aplikasi WEB Database ASP Menggunakan Macromedia Dreamweaver, Andi : Yogyakarta

Ginanjar, Abdurrahman. 2011. Penerapan Metode Tsukamoto Dalam Sistem Pendukung Keputusan Untuk Menetukan Jumlah Produksi Barang Berdasarkan Data Persediaan dan

Jumlah Permintaan. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.

George M.Scott,(2001). Prinsip-prinsip Sistem Informasi Managemen. Jakarta : Mc. Graw-Hill, inc.

Indriayu, Mintasih. 2009. Ekonomi Untuk SMA/MA kelas X. Jakarta : CV. Teguh Karya.