

ANALISIS IMPLEMENTASI ELECTRONIC COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN BUTIK MERY BERBASIS WEB MOBILE

Mery Efriyanti¹, Garaika², Rita Irviani³

¹Prodi Sistem Informasi, STMIK Pringsewu, Lampung

³Prodi Manajemen Informatika, STMIK Pringsewu, Lampung

²Prodi Manajemen, STIE Trisana Negara, OKU Timur, Sumatera Selatan

^{1,3}Jl. Wisma Rini No. 09 Pringsewu Lampung, Indonesia

²Jl. MP. Bangsa Raja No.27 Belintang, OKU Timur, Sumatera Selatan, Indonesia

E-mail Correspondent: Meri96efriyanti@gmail.com

Abstrak

Butik Mery merupakan tempat yang menyediakan ragam produk batik wanita dan pria yang memfokuskan pada pelayanan dan kualitas produk yang baik. Tujuan di lakukannya penelitian ini adalah untuk sebuah sistem informasi penjualan produk batik untuk wanita dan pria berbasis web mobile Implementasi sistem dan pengujian program pada butik mery. Penelitian ini untuk mengembangkan sistem informasi penjualan berbasis online di butik meri, metodologi yang di gunakan untuk pengembangan sistem e-commerce ini adalah metodologi terstruktur dengan model waterfall. Hasil dari penelitian ini adalah dengan penerapan aplikasi e-commerce dapat membantu usaha butik mery untuk lebih berkembang dan meningkat hasil omset penjualannya sehingga dapat berimplikasi pada peningkatan pelayanan terhadap pelanggan, konsumen dan manajemen administrasi.

Kata kunci: butik mery, metode pengumpulan data

Abstaract

Mery Boutique is a place that provides a variety of women's and men's batik products that focus on service and good product quality. The purpose of doing this research is for an information system for selling batik products for women and men based on mobile web. This research is to develop an online-based sales information system in Meri boutique, the methodology used for the development of e-commerce systems is a structured methodology with a waterfall model. The results of this research are the application of e-commerce applications can help meri boutique businesses to develop more and increase sales turnover so that it can have implications for improving service to customers, consumers and administrative management.

Keywords: mery boutique, data collection methods

I. PENDAHULUAN

E-Commerce adalah sebuah sistem jual beli yang bersifat on-line, dimana seorang pembeli tidak perlu selalu datang ke suatu toko untuk membeli suatu barang. Saat ini *e-commerce* merupakan salah satu alternatif pilihan untuk sebuah perusahaan yang khususnya bergerak di bidang wiraswasta sebagai media informasi yang memudahkan adanya interaksi antara penjual dan pembeli tanpa dibatasi ruang dan waktu. Dengan didukung oleh perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih dan mudah didapat, perkembangan *e-commerce* semakin bertambah dan semakin diminati banyak perusahaan.

Beberapa penelitian yang dilakukan tentang pemanfaatan e-commerce untuk meningkatkan penjualan diantaranya yang dilakukan oleh (Defrina & Lestari, 2017) Berdasarkan hasil pengujian aplikasi dengan menggunakan metode blackbox didapatkan

seluruh fungsi menu yang ada dalam aplikasi penelitian ini telah berhasil sesuai dengan fungsinya sehingga memudahkan segala akses yang di butuhkan oleh konsumen secara otomatis menguntukan dan meningkatkan omset penjualan bagi restoran tiga saudara. (Isnanto & Putra, 2013) Dengan adanya penerapan Aplikasi Mobile Commerce dapat membantu penjual dalam melakukan pengolahan data pemesanan barang, data pelanggan, dan konfirmasi pengiriman barang pada distro online. (Wiji Susanti & Noca Yolanda Sari, 2015) sistem e-commerce membantu mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian kerajinan khas Kabupaten Pringsewu tanpa ada batas waktu dan bisa dilakukan kapan saja dan mampu memberikan informasi detail update data produk terbaru yang di dihasilkan oleh pengrajin di Kabupaten Pringsewu.

Berdasarkan kajian penelitian yang telah dilakukan diatas dapat di ambil sebuah kesimpulan bahwa penerapan aplikasi dalam penjualan memiliki dampak yang sangat positif bagi keberlangsungan penjualan serta memiliki pangsapasar yang sangat luas. Dengan pemasaran yang luas akan meningkatkan jumlah pelanggan serta meningkatnya omset penjualan. Maka dengan peluang itu Butik Mery yang merupakan toko batik yang bergerak di bidang perdagangan kain dan pakaian batik siap pakai. Sistem yang sedang berjalan di Butik mery, kegiatan pemasaran dan promosi produk masih menggunakan banner dan brosur. Hal ini tidak menjadi masalah apabila tidak terjadi perubahan data mengenai produk yang ditawarkan, tetapi apabila terjadi perubahan data, maka toko harus mempromosikannya kembali. Sehingga akan menyebabkan pengeluaran lebih untuk kegiatan tersebut. Dengan berkembangnya toko, pemesan tidak hanya berasal dari dalam kota saja. Proses Promosi yang masih konvensional menjadi masalah tersendiri bagi calon konsumen yang akan membeli produk dari Butik meri, sehingga bila calon konsumen tidak dapat menemukan letak Butik meri, maka akan mengurungkan niatnya untuk membeli produk dari Butik meri tersebut. Secara tidak langsung hal ini menjadi kerugian tersendiri bagi Butik meri karena kehilangan calon pembelinya. Pelanggan harus datang ke tempat penjualan untuk mengetahui ada tidaknya produk baru. Tentu cara seperti ini menjadi kurang efisien karena dibutuhkan waktu yang lama dan tambahan biaya untuk seorang calon konsumen mengetahui informasi suatu produk. Sebagai saranan promosi online, mulailah mendesain web mobile tersebut semenarik dan seefektif mungkin, catumkan informasi yang mudah di akses oleh calon pelanggan mengenai nomor kontak, katalog produk serta penawaran special selain itu semua orang tentu menyukai diskon dan potongan harga dan konsumen pun membeli batik secara online maka butik meri tidak kehilangan konsumen.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Electronic Commerce (E-Commerce)*

Dalam dunia modern ini, *electronic commerce* telah memberikan pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan tata sosial dan ekonomi masyarakat. *Electronic commerce* telah menjadi bagian terpenting dari sektor bisnis khusus dan umum. Hal ini memang diakui karena dengan adanya *Electronic commerce* ini, biaya operasional bisa dikurangi agar bisa bersaing dan berjuang dengan semakin banyaknya permintaan yang mengharuskan pelayanan yang cepat dan akurat. Jadi dapat disimpulkan (Muslihudin, Wulandari, & Mei Listiarini, 2017) *E-Commerce* merupakan transaksi yang dilakukan menggunakan media internet antara organisasi dan organisasi maupun organisasi dan konsumen. *E-Commerce* juga telah menjadi bagian terpenting dari sektor bisnis baik khusus maupun umum.

(Wulansari, 2015) E-commerce merupakan bagian dari ebusiness, di mana cakupan e-business lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dll. Selain teknologi jaringan www, e-dagang juga memerlukan teknologi basisdata atau pangkalan data (databases), esurat atau

surat elektronik (e-mail), dan bentuk teknologi non komputer yang lain seperti halnya sistem pengiriman barang, dan alat pembayaran untuk e-commerce ini.

Menurut (Suyanto. M. 2003) (Hidayah Wati, Danang Kusnadi, Noca Yolanda Sari, 2016; Muslihudin et al., 2017) Jenis-Jenis E-Commerce berdasarkan sifat transaksinya, yaitu sebagai berikut: *Business-to-business* (B2B) *e-commerce* yang diterapkan saat ini merupakan tipe *e-commerce* tipe ini meliputi transaksi IOS antar organisasi yang dilakukan di *electronic market*. *Business-to-consumer* (B2C) Ini merupakan transaksi eceran dengan pembeli perorangan. *Consumer-to-consumer* (C2C) Dalam kategori ini, seorang konsumen menjual secara langsung ke konsumen lainnya. *Consumer-to-business* (C2B) Termasuk ke dalam kategori ini adalah perseorangan yang menjual produk atau layanan ke organisasi, dan perseorangan yang mencari penjual, berinteraksi dengan mereka dan menyepakati suatu transaksi. *Nonbusiness E-commerce* Dewasa ini makin banyak lembaga non bisnis seperti lembaga akademis, organisasi nirlaba, organisasi keagamaan, organisasi sosial, dan lembaga-lembaga pemerintahan yang menggunakan berbagai tipe *e-commerce* untuk mengurangi biaya atau untuk meningkatkan operasi dan layanan publik. *Intrabusiness (Organizational) E-commerce* dalam kategori ini adalah semua aktivitas intern organisasi, biasanya dijalankan di internet, yang melibatkan pertukaran barang, jasa atau informasi. Aktivitas yang tercakup dapat beragam tingkatannya, mulai penjualan produk perusahaan ke pekerja, hingga pelatihan secara online dan pemangkasan biaya.

2.2. Web mobile

(Janner Simarmata, 2006) Web mobile adalah aplikasi akses internet menggunakan peralatan yang bersifat mobile berbasis browser yang bertujuan untuk mengakses layanan data secara wireless. Web mobile dapat diakses pada perangkat mobile seperti telepon seluler, PDA (Personal Digital Assistant) dan perangkat portable yang tersambung ke sebuah jaringan telekomunikasi seluler.

2.3. Media Online

(Agustin Dyah Utami, 2011) Media massa online tidak pernah menghilangkan media massa lama tetapi mensubstitusinya. Media online merupakan tipe baru jurnalisme karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik dari jurnalisme tradisional.

2.4. Sistem Penjualan

(Muslihudin, 2013) Sistem Informasi Penjualan diartikan sebagai suatu pembuatan pernyataan penjualan, kegiatan akan dijelaskan melalui prosedur-prosedur yang meliputi urutan kegiatan sejak diterimanya pesanan dari pembeli, pengecekan barang ada atau tidak ada dan diteruskan dengan pengiriman barang yang disertai dengan pembuatan faktur dan mengadakan pencatatan atas penjualan yang berlaku.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan sebuah penelitian, tentu harus berdasarkan metode penelitian yang benar sehingga dapat mempermudah jalannya penelitian tersebut. Metode penelitian merupakan kerangka kerja dalam melakukan penelitian. Dengan mengikuti kerangka kerja tersebut maka penelitian yang dilakukan akan berjalan dengan sistematis dan memberikan hasil yang baik.

- Observasi

(Hartono, 2009) mengatakan, *Observasi* adalah metode pengumpulan data dengan pengamatan langsung suatu kegiatan atau objek yang sedang dilakukan. Jasa Ungguh

Muliawan (2014:62) mengatakan, *Observasi* adalah metode penelitian yang menggunakan cara pengamatan terhadap objek yang menjadi pusat perhatian penelitian.

- Dokumentasi

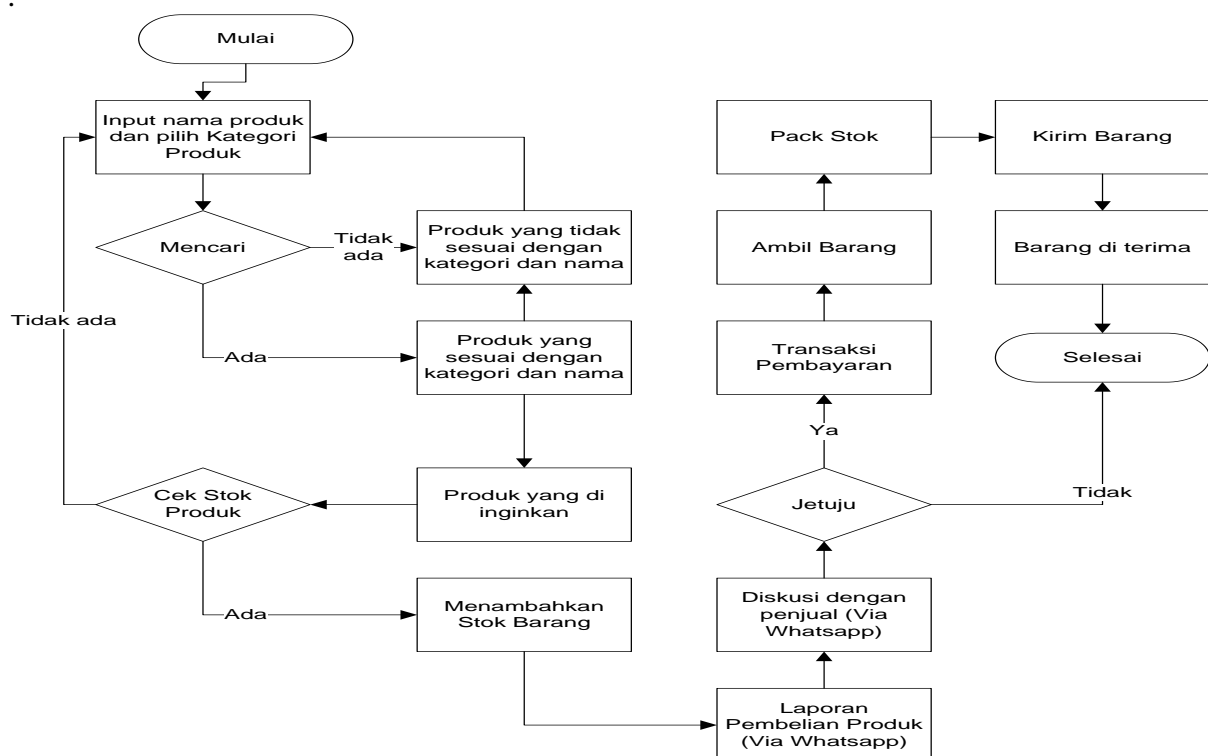
(Sudaryono, 2017) mengatakan, Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang sudah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar atau karya monumental seseorang. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang sudah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar atau karya *monumental* seseorang dengan cara mengumpulkan catatan hasil kerja dan mengumpulkan data yang mengenai hal-hal yang berupa catatan transkrip, buku dan sebagainya. Untuk memperoleh data yang dibutuhkan peneliti melihat dokumentasi, menyalin arsip, dan mengabadikan berbagai sumber data nyata yang tersedia pada Mery Butik.

- Wawancara

(Muharto, 2016) mengatakan, Wawancara adalah teknik penelitian yang menggunakan cara tanya jawab. Sambas Ali Muhidin (2007:19) Teknik wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab, baik secara langsung maupun tidak langsung secara tatap muka (*personal face to face interview*) dengan sumber data responden. Wawancara adalah metode pengumpulan data secara tatap mata langsung dengan orang yang diwawancarai dan kegiatan tanya jawab antara dua orang atau lebih secara langsung maupun tidak langsung secara tatap muka untuk bertukar informasi melalui tanya jawab. Berdasarkan metode ini penulis melakukan tanya jawab langsung dengan pemilik Mery Butik.

3.2. Analisis Pemasaran Online

Analisis pemasaran dan didtribusi barang secara online dapat dilihat berdasarkan bagan dibawah ini yang mana sistem dibangun dengan mudah sehingga akan memberikan kemudahan bagi para pelanggan dalam proses pemesanan dan akan memberikan kemudahan bagi para pelanggan dalam proses transaksi penjualan dengan pemilik usaha yaitu Mery Butik :



Gambar 1. Alur Proses Transaksi Pembelian Produk Mery Butik

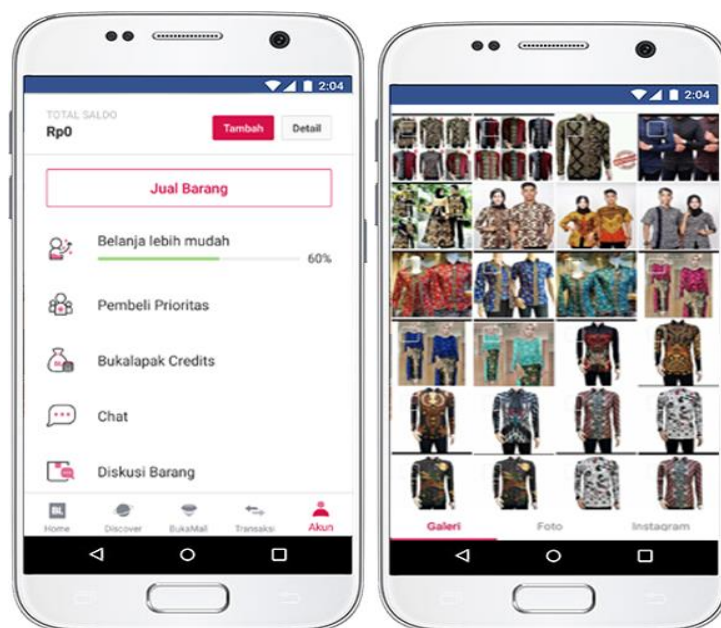
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Implementasi dan Analisis Program

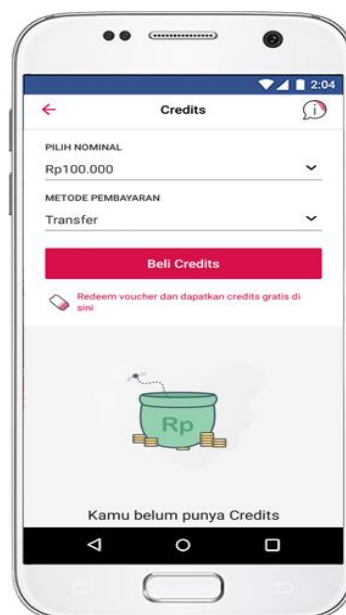
Berdasarkan hasil implementasi dan pengujian yang telah dilakukan terdapat sistem/perangkat lunak, maka analisis hasil yang dapat dicapai adalah sebagai berikut:

1. Sistem pengolahan data ini dapat digunakan sebagai pengganti sistem pengolahan data yang lama dan juga membantu pemilik toko dalam mempermudah pengolahan data.
2. Sistem ini memiliki kelengkapan fitur-fitur pada sistem pengolahan data yang berbasis web mobile seperti fitur data kategori barang, data satuan barang, data barang, data penjualan.
3. Sistem ini memberikan kemudahan bagi pengguna dalam membuat laporan data penjualan, dan mencetak bukti atau struk hasil transaksi pembayaran.

Dari rancangan sistem mobile yang dilakukan dan hasil analisis alur sisten penjualan yang dilakukan maka di peroleh hasil tampilan program sebagai berikut :



Gambar 2. Hasil Implementasi Sistem Aplikasi Mobile Pada Mery Butik



Gambar 3. Hasil Implementasi Menu Transaksi Keuangan Bitik Secara Online

4.2. Pengujian Program

Pengujian Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web mobile Pada Butik mery ini menggunakan data uji berupa sebuah data inputan dari menu aplikasi yang telah dibuat. Berikut rencana pengujian sistem informasi penjualan yang dilakukan dan Analisa laporan dan omset penjualan pada Butik Mery:

Tabel 1. Hasil Analisis Pengujian Program

Data masukan	Skenario	Pengamatan	Kesimpulan
Kasus dan hasil uji (data normal)			
Data masukan sesuai dengan yang diinginkan lalu klik “cetak”	Menampilkan laporan sesuai dengan yang diinputkan	Menampilkan laporan sesuai dengan yang diinputkan	[x]Ditrima [] Ditolak
Kasusu dan hasil uji (data salah)			
Data masukan sesuai dengan yang diinginkan lalu klik “cetak”	Keluar pesan peringatan “Data yang anda cari tidak ada untuk inputan ini”	Keluar pesan peringatan “Data yang anda cari tidak ada untuk inputan ini”	[x]Ditrima [] Ditolak

Berdasarkan hasil pengujian dengan kasus sampel uji di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa perangkat lunak Sistem Informasi Penjualan berbasis web mobile pada Butik Mery dapat berjalan dengan baik dan secara fungsional sistem dapat menghasilkan output yang diharapkan.

V. SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan disimpulkan bahwa dengan penerapan Aplikasi E-Commerce dapat memberikan kemudahan konsumen dalam berbelanja, memilih katalog produk, pemesanan produk, pembayaran produk secara online tanpa harus datang ke toko. Transaksi bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja. E-Commerce ini juga dapat memudahkan pemilik toko dalam melakukan pengelolaan manajemen perusahaan seperti perubahan dan penambahan katalog produk, transaksi penjualan, pembelian, dan stok barang. Laporanlaporan keuangan seperti penerimaan kas, dan laporan rugi laba dapat tersaji lebih cepat sehingga dapat memudahkan pengambilan keputusan. Dengan telah dikembangkannya E-Commerce ini diharapkan Butik Mery, dapat meningkatkan daya saing usaha dan bisa menjangkau target pemasaran secara lebih luas

Daftar Pustaka

- Agustin Dyah Utami, R. A. T. (2011). Pemanfaatan Blackberry Sebagai Sarana Komunikasi Dan Penjualan Batik Online Dengan Sistem Dropship Di Batik Solo 85 Agustin. *Journal Speed*, 3(3), 33–40.
- Defrina, D., & Lestari, D. P. (2017). Aplikasi Pemesanan Makanan Dan Minuman Online Berbasis Mobile Browser Pada Restoran Tiga Saudara. *Jurnal Ilmiah Informatika dan Komputer*, 22(3), 158–170.
- Hartono, J. (2009). *Sistem Teknologi Informasi: Pendekatan Terintegrasi: Konsep Dasar, Teknologi, Aplikasi, Pengembangan, dan Pengelolaan* (2 ed.). Yogyakarta.
- Hidayah Wati, Danang Kusnadi, Noca Yolanda Sari, R. M. J. (2016). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Pendapatan Usaha Kecil Menengah Produksi Kain Perca di Kecamatan Banyumas. *Jurnal Kelitbangan Bappeda Pringsewu*, 1(1), 85–103.
- Isnanto, R. F., & Putra, A. (2013). Rancang Bangun Aplikasi M-Commerce Berbasis Android

- Sebagai Media Pemesanan Pada Distro Online. *Unsri*, 1–12.
- Janner Simarmata. (2006). *Aplikasi Mobile Commerce Menggunakan PHP dan MySQL*. (Fl. Sigit Suyantoro, Ed.). Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.
- Muharto, A. A. (2016). *Metode Penelitian Sistem Informasi Mengatasi Kesulitan Mahasiswa dalam Menyusun Proposal Penelitian*. (S. Hasan, Ed.). Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Muslihudin, M. (2013). Sistem Informasi Penjualan Batik Basurek Berbasis Web Pada Basurek Collection Bengkulu. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 1(1), 59.
- Muslihudin, M., Wulandari, W., & Mei Listiarini. (2017). Perancangan Aplikasi Business Berbasis Business to Consumer (B2C) Pada Wisata Kuliner Khas Lampung. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 15(1), 54–69.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian* (Ed. 1.-Ce). Jakarta: Kharisma Putra Utama Offset.
- Wiji Susanti, K., & Noca Yolanda Sari, M. M. (2015). Pengembangan Electronic Commerce Dalam Proses Meningkatkan Ukm Pada Dekranasda Kabupaten Pringsewu. *Expert*, 5(2), 42–47.
- Wulansari, D. A. (2015). Pengaruh penjualan online terhadap omzet penjualan butik zieta desa sewulan kec. Dagangan Kab. Madiun. *EQUILIBRIUM*, 3(2), 134–143.