

Pembangunan E-Commerce Pada Kegiatan Penjualan Probiotik Herbal Sari Rempah Berbasis Website Studi Kasus UKM “Wiro Djoyo” di Desa Reksosari Suruh Kabupaten Semarang

Khoirul Umam^{a,1}, Saiful Bahri^{b,2*}, Donna Setiawati^{a,3}

^a Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Boyolali, Jl. Pandanaran No.405, Boyolali 57315, Indonesia

^b Fakultas Pertanian, Universitas Slamet Riyadi, Jl. Sumpah Pemuda No. 18 Kadipiro, Surakarta 57136, Indonesia

¹ umam1847@gmail.com *; ² irsaifulbahrimkom@gmail.com; ³ donna.setiawati@gmail.com

* Korespondensi penulis

ARTICLE INFO

Article history

Menerima 25 Oktober 2019

Revisi 15 Januari 2020

Diterima 30 Januari 2020

Kata Kunci

Website

E-commerce

SMEs

ABSTRACT (10PT)

The purpose of this research is to design, implement e-commerce applications for marketing products in Wiro Djoyo SMEs so that it is more easily known to the wider community. The research method used is a waterfall with object modeling using UML. Coding using PHP and for databases using Mysql. The results achieved are e-commerce capable of marketing media and consumers more easily place orders for products, because it can be done anywhere without having to come directly to the location

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



1. Pendahuluan

Usaha mikro berdasarkan undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Menengah Kecil dan Mikro) adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-undang [1]. UKM Wiro Djoyo merupakan salah satu usaha kecil menengah yang bergerak dibidang penjualan vitamin ternak Probiotik yang beralamat di desa Reksosari, RT 09/RW 01, Reksosari Kecamatan Suruh Kabupaten Semarang. Usaha ini berdiri sejak tahun 2014. Sistem pemasaran produk pada UKM ini masih sederhana yaitu dengan cara penyampaian secara lisan oleh beberapa orang yang mempunyai ikatan kerabat ataupun kerabat kerja dengan pihak UKM. Sedangkan untuk proses penjualan, konsumen masih harus mendatangi langsung alamat UKM ini. Pada awalnya pelanggan hanya lokal saja artinya pelanggan dari daerah sekitarnya, sehingga untuk datang langsung ke lokasi untuk membeli masih memungkinkan. Namun seiring berjalannya waktu saat ini UKM Wiro Djoyo memiliki banyak pelanggan dari luar daerah sehingga untuk pelanggan dari luar daerah merasa kesulitan untuk datang langsung ke lokasi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik bahwa adanya keinginan untuk mengembangkan usaha ini lebih maju yaitu dengan memanfaatkan internet, seperti halnya perusahaan-perusahaan lain yang telah sukses dalam pemasaran produk melalui internet dengan memanfaatkan media sosial facebook, instagram, whatsapp dan lainnya. Dengan adanya sistem penjualan menggunakan E-Commerce ini dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan kegiatan pemasaran yang lebih informatif dan luas serta pemasaran yang lebih mudah. E-commerce adalah suatu bentuk perdagangan elektronik yang memberikan transaksi antara penjual dan pembeli dengan jaringan atau terkoneksi

dengan internet [2]. Beberapa manfaat penggunaan e-commerce antara lain wilayah pemasaran tidak dibatasi secara geografis, mendapatkan pelanggan baru lewat search engine, biaya pemeliharaan sistem lebih murah, mencari produk lebih cepat, menghemat waktu dan biaya penjualan karena konsumen cukup melihat di smartphone untuk mendapatkan informasi produk tanpa harus keluar rumah, dan masih banyak manfaat yang lain. Dalam membangun bisnis berbasis e-commerce ini ada beberapa komponen standar yang harus dimiliki yaitu 1). Banyak jenis produk yang bisa dijual, 2). Internet sebagai tempat menjual sehingga harus memiliki domain dan hosting, 3). Cara menerima pesanan dapat melalui email, telepon, sms dan lain-lain, 4) Cara pembayarannya bisa menggunakan cash, cek, kartu kredit, 5) Metode pengiriman bisa dilakukan melalui paket, salesman. 6). Tersedia customer service [3].

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh UKM dan dengan adanya kemajuan perkembangan teknologi maka rumusan masalahnya adalah Bagaimana merancang website berbasis e-commerce agar UKM Wiro Djoyo lebih mudah dikenal oleh semua orang ? Sedangkan tujuan penelitian ini untuk merancang website berbasis e-commerce agar UKM Wiro Djoyo lebih mudah dikenal oleh semua orang. Namun ada beberapa batasan masalah dalam pembuatan sistem ini yaitu konfirmasi pembayaran melalui whatshap dan sistem tidak membahas retur penjualan. Diharapkan dengan adanya sistem ini dapat dijadikan sarana untuk penjualan produk probiotik, dapat memperluas pemasaran produk kepada konsumen dalam menyampaikan informasi mengenai produk yang ditawarkan serta diharapkan memudahkan konsumen dalam pemesanan.

2. Tinjauan Pustaka

Hasil penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti lain dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dan kajian serta sebagai referensi. Beberapa penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh [4] berjudul faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen untuk melakukan pembelian secara online. Tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian secara online. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis faktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diantara faktor harga, faktor kenyamanan, faktor website, faktor pelayanan pelanggan, faktor berbelanja, faktor resiko, maka faktor kenyamanan merupakan faktor yang paling dominan dalam pertimbangan konsumen melakukan pembelian online.

Penelitian yang dilakukan oleh [5] berjudul Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi motif belanja secara online dikomunitas Kaskus Semarang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan teknologi internet, kepercayaan konsumen, kualitas website dan kualitas produk terhadap motif belanja secara online. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Metode yang digunakan adalah analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat variabel independen, variabel pengetahuan teknologi internet, kepercayaan terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen motif belanja secara online.

Penelitian yang dilakukan oleh [6] dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Dapat Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan Untuk Melakukan Online Shopping Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (studi kasus pada pengguna online shopping pelanggan makanan Kesehatan PT. Trias Sukses Dinamika di Kota Semarang). Tujuan penelitiannya untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan seseorang agar mau menggunakan online shopping sebagai sarana untuk belanja online. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dan metode analisis datanya menggunakan Structural Equation Model (SEM). Hasil penelitiannya menunjukkan kepercayaan pembeli dapat ditingkatkan melalui mutu website, dimana mutu website ini dapat ditingkatkan dengan meningkatkan keamanan website dengan melindungi data informasi

yang dimiliki oleh pelanggan dengan baik dan menganjurkan transfer rekening sebagai sarana pembayaran paling baik dalam online shopping.

3. Metode Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang terjadi pada UKM Wiro Djoyo ini maka untuk menyelesaikan masalah tersebut, dalam pembuatan e-commerce ini melalui beberapa tahap. Tahapan penyelesaian masalahnya adalah sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data,

Pengumpulan data menggunakan studi lapangan yaitu observasi dan wawancara. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung kelokasi untuk mengetahui jalannya sistem pemasaran dan penjualan yang dilakukan. Selain itu dilakukan wawancara dengan pemilik untuk mendapatkan gambaran profil usaha, prosedur penanganan pemesanan dan penjualan produk probiotik. Studi Kepustakaan dilakukan dengan membaca dan mempelajari bahan-bahan yang berasal dari buku-buku, jurnal atau artikel untuk menambah referensi.

b. Analisis dan Rancangan Sistem

Setelah melakukan pengumpulan data maka dilakukan analisis pada sistem yang sedang berjalan. Saat ini pemilik UKM dalam melakukan promosi dan penjualan masih menggunakan cara konvensional. Promosinya disampaikan secara lisan saja. Kemudian pemilik mencoba beralih memanfaatkan media sosial seperti facebook, instagram, dan whatsapp namun terjadi kesulitan jika masyarakat tidak mengetahui akun UKM. Maka diperlukan web e-commerce untuk mengoptimalkan pemasaran produk. Sesuai kebutuhan sistem maka adanya interaksi antara pengguna atau pembeli dengan sistem seperti pada Gambar 1.

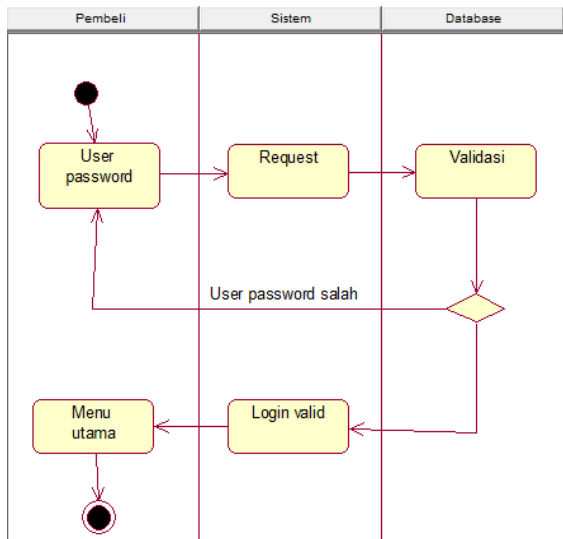
Pada Gambar 1 dapat dijelaskan bahwa Admin dapat melakukan fungsinya antara lain membuat akun, mengelola produk seperti menambah, edit, lihat detail produk serta update status dan status belanja. Sedangkan use case pembeli dapat melakukan fungsinya seperti melihat produk, tambah produk dalam keranjang, atau ubah pilihan produk maupun ubah data belanja serta melihat status belanja.

Sedangkan untuk rancangan aktifitas login dan order barang dapat dilihat seperti Gambar 2 dan Gambar 3. Pembeli yang akan melakukan pemesanan diharuskan login, dengan memasukan username dan password yang sebelumnya telah diberikan oleh sistem. Database akan memvalidasi jika akun yang dimasukkan benar maka akan masuk pada menu utama, dan jika akun salah maka akan dikembalikan kepada pembeli untuk memperbaiki. Alur login untuk pembeli agar dapat masuk ke menu selanjutnya seperti pada Gambar 2.

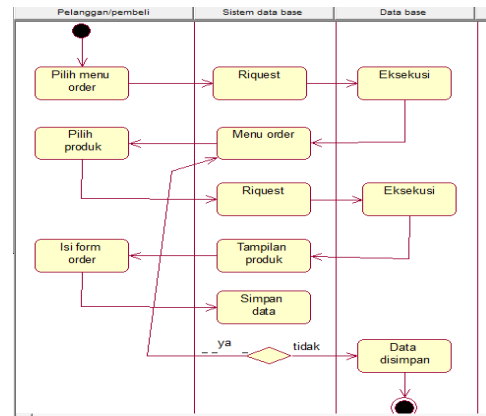
Pembeli yang berhasil login akan masuk pada menu utama. Pada menu ini pembeli dapat melakukan order barang. Pembeli bisa memilih menu pesan atau keranjang belanja berdasarkan produk yang dibeli. Selanjutnya sistem akan menyimpan kedalam database. Selanjutnya pembeli akan mendapatkan invoice. Sistem akan menyatakan sukses jika pembeli menyetujui data yang ada pada invoice. Alur proses order ini seperti pada Gambar 3.



Gambar 1. Use Case Diagram Admin dan Pembeli

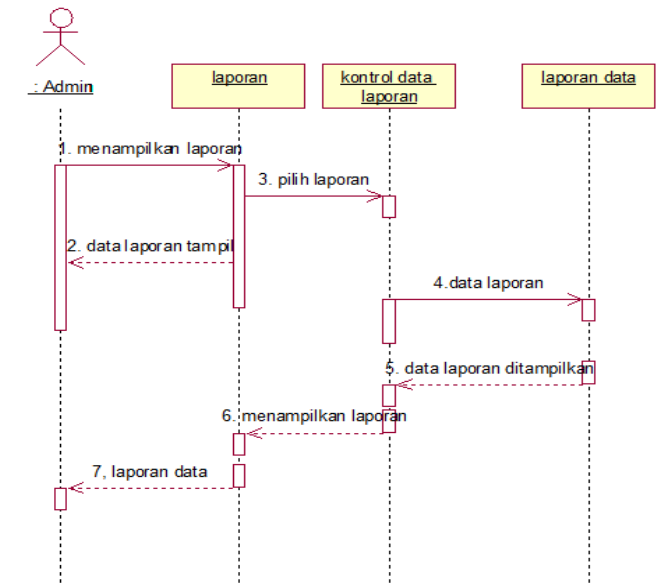


Gambar 2. Activiti Diagram Login



Gambar 3. Activiti Diagram Order

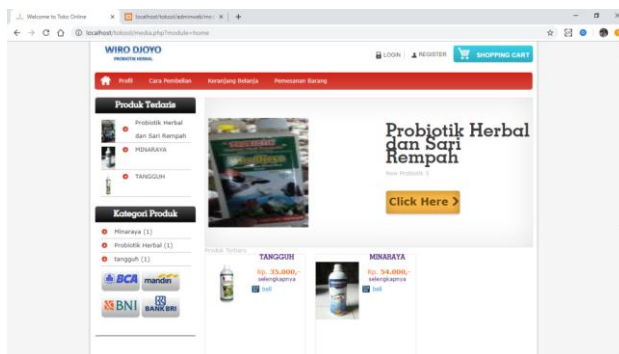
Sistem ini juga dilengkapi dengan fungsi laporan. Admin dapat membuat laporan berdasarkan data penjualan yang telah tersimpan dalam database. Alur pembuatan laporan dapat dilihat seperti pada Gambar 4.



Gambar 4. Sequence Laporan

4. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil analisa dan rancangan sistemnya maka langkah selanjutnya adalah implementasi program. E-commerce ini dibangun menggunakan micromedia dreamweaver, HTML dan PHP. Saat pertama kali web dibuka maka akan tampil menu Home seperti pada Gambar 5. Halaman ini menampilkan produk yang terlaris dan kategori produk, selain itu juga terdapat menu profil, cara pembayaran, keranjang belanja dan pemesanan barang. Menu profil jika dibuka maka akan masuk halaman profil yang berisi sekilas tentang UKM Wiro Djoyo beserta alamat lengkapnya. Pelanggan yang akan melakukan pembelian wajib mengisi form pendaftaran untuk mendapatkan username & password.



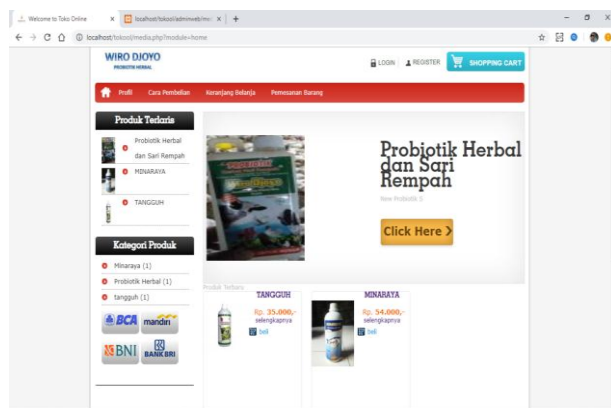
Gambar 5. Tampilan Home

Gambar 6. Form pendaftaran pelanggan baru

Tampilan home yang menarik akan dapat memikat hati pelanggan untuk sering berkunjung ke web yang dibuat. Penyajian produknya digambarkan dengan jelas menggunakan foto yang

beresolusi tinggi dan diberi keterangan yang lengkap untuk tiap produknya. Sejalan dengan hasil penelitian oleh [6] bahwa kualitas website mempengaruhi motif belanja secara online. Hal ini berarti bahwa sangatlah penting untuk mendesain tampilan website yang menarik agar pelanggan tertarik untuk belanja produk yang ditawarkan.

Pelanggan baru yang akan melakukan pembelian wajib mengisi form register seperti Gambar 6. Data-data yang harus diisikan antara lain nama lengkap, password, alamat pengiriman, nomer rekening, email dan kota tujuan. Setelah pelanggan mendapatkan akun maka pelanggan baru dapat melakukan pembelian. Halaman pelanggan merupakan halaman untuk memilih produk yang akan dibeli. Produk yang akan dibeli dapat menekan tombol “Beli”, maka secara otomatis produk akan masuk ke keranjang belanja. Jika pelanggan kesulitan melakukan transaksi didalam halaman ini juga terdapat menu panduan belanja, sehingga pelanggan dapat membaca aturan dan cara berbelanja secara online menggunakan web ini. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [5] bahwa faktor kenyamanan merupakan salah satu faktor yang dipertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian online. Website ini dibangun juga memikirkan aspek kenyamanan dengan cara membuat panduan belanja, agar pelanggan yang masih awam dapat mempelajari alur belanja secara online. Tampilan halaman pelanggan seperti pada Gambar 7. Setelah pelanggan selesai berbelanja maka akan muncul konfirmasi pembayaran seperti pada Gambar 8.



Gambar 7. Tampilan Halaman Pelanggan

Profil Cara Pembelian Keranjang Belanja Pemesanan Barang

Your Menu

Proses Transaksi Selesai
Data pemesan beserta ordernya adalah sebagai berikut:
Nama Lengkap : mila
Alamat Lengkap : Semarang
Nomor Rekening : 12345
E-mail : mila123@gmail.com

Nomor Order : 37

NO	NAMA PRODUK	BERAT(KG)	QTY	HARGA SATUAN	SUB TOTAL
1	Probiotik Herbal dan Sari Rempah	1,00	1	21.875	21.875
					Total : Rp. 21.875
					Ongkos Kirim untuk Tujuan Kota Anda: Rp. 10.000/kg
					Total Berat : 1 kg
					Total Ongkos Kirim : Rp. 10.000
					Grand Total : Rp. 31.875

No Order anda adalah : 37 , Silahkan Melakukan Pembayaran Pada Rekening dibawah ini, Anda dapat melakukan konfirmasi Pembayaran Melalui SMS Ke NO : 081275371724
Dengan Format : #No Orders #Nominal Transfer # Bank Tujuan # Bank Pengirim Contoh : # 37 #31.875 #Mandiri #Riau

Apabila Anda tidak melakukan pembayaran dalam 3 hari, maka transaksi dianggap batal.

Pembayaran dilakukan Melalui Rekening Toko Kami di bawah ini :
BRI : 1909.3099.00.11
A/n : Acuan
Mandiri : 503.0292.22
A/n : Acuan
BNI : 09.8099.00.
A/n : Acuan

Gambar 8. Konfirmasi Pembayaran

5. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah di uraikan maka dapat disimpulkan hasil penelitian ini sebagai berikut::

Khoirul Umam et.al (Pembangunan E-Commerce Pada Kegiatan Penjualan Probiotik Herbal Sari Rempah Berbasis Website Studi Kasus UKM "Wiro Djoyo" di Desa Reksosari Suruh Kabupaten Semarang)

- a. Telah berhasil merancang, mengimplementasikan, dan menguji aplikasi e-commerce pada UKM Wiro Djoyo yang menjual produk Probiotik.
- b. Menghasilkan web-ecommerce untuk pemasaran produk pada UKM Wiro Djoyo.
- c. Promosi lebih mudah dilakukan dengan cara menyebarkan link web ini ke media sosial yang dimiliki oleh UKM sehingga pelanggan dapat melihat koleksi produknya secara lengkap serta admin lebih mudah mengupdate data produk jika ada produk yang telah habis terjual atau produk baru.
- d. Konsumen lebih mudah melakukan pemesanan produk, karena dapat dilakukan dimana saja tanpa harus datang langsung ke lokasi.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih diberikan kepada Pimpinan UKM Wiro Djoyo yang telah memberikan ijin penelitian.

Daftar Pustaka

- [1] Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Menengah Kecil dan Mikro)
- [2] Triton, Budi Prawira. 2006. "Mengenal E-Commerce Dan Bisnis Dunia Cyber" Yogyakarta: Argo Publisher.
- [3] Hidayat, Taufik. 2008. Panduan Menbuat Toko Online dengan OSCommerce, Jakarta: Mediakita
- [4] Indarsih, Novy. 2011. Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Secara Online (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang). Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang
- [5] Suhartini. 2011. Analisis Faktor- faktor Yang Mempengaruhi Motif Belanja Secara Online Di Komunitas Kaskus Semarang. Skripsi, Tidak dipublikasikan. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- [6] Mario Christi Suyoto. 2006. "Analisis Faktor-Faktor Yang Dapat Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan untuk melakukan Online Shopping Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Pengguna Online Shopping Pelanggan Makanan Kesehatan PT. Trias Sukses Dinamika di Kota Semarang). Jurnal, Universitas Diponegoro Semarang.