

IMPLEMENTASI E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN ANYAMAN BAMBU DI METRO

M. SAID HASIBUAN¹
RIDHO KURNIAWAN²

*Fakultas Ilmu Komputer, Jurusan Teknik Informatika, IBI Darmajaya
Jl. Z. A. Pagar Alam No. 93 A Bandar Lampung 35141, Indonesia
saidmkom@gmail.com¹, ridho.kurniawan.ti@gmail.com²*

ABSTRACT

The bamboo craft creative industry is one of creative industry which is located in Metro. That creative industry has not had online system in information spreading process and selling produced product process. The spreading of information just only reach certain area or location, even though some of the industry have already sell the product outside Metro. Therefore, to expand the product trading, it is made the e-commerce design as the shopping service media for bamboo craft creative industry in Metro. The website design is aimed to overcome the marketing and selling product problems in bamboo craft creative industry in Metro which is limited by the place and time. The software development method which is used is Waterfall method. The data collecting uses observation method. The implementation from this Waterfall method is explained by using running system analysis, proposed system analysis, diagram context system, data flow diagram (DFD), table relation, database structure table, and interface design system. This website design uses PHP program. This e-commerce website has three user based on the access right therefore it can be used by customer (end user), the owner (bamboo craft creative industry), and the administrator (website management).

Keywords :Website, E-commerce

PENDAHULUAN

Pemanfaatan teknologi informasi seperti *internet* memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi jual-beli untuk memperluas pemasaran suatu bisnis. Transfer data dan komunikasi

yang cepat merupakan keunggulan dari koneksi internet. Menggunakan media *online* seperti *E-commerce* dalam kegiatan penjualan dan pembelian dapat dilakukan walaupun penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung. Tipe model bisnis yang digunakan yaitu *Online Direct Marketing*. Model bisnis ini sering digunakan dalam penjualan *online Business to Customer (B2C)*.

Kota Metro memiliki berbagai macam industri kreatif di dalamnya. Salah satunya adalah industri kreatif kerajinan anyaman bambu. Industri kreatif kerajinan anyaman bambu merupakan komoditas industri bagi perumahan dan memiliki sifat padat karya. Selain dapat dibuat menjadi berbagai macam produk yang unik, dan fungsional bahan bakunya pun mudah dicari dan didapatkan. Namun, tidak semua kalangan masyarakat atau konsumen mengetahui dimana produk kerajinan itu dihasilkan.

Pemasaran yang dilakukan terbatas pada area tertentu yang cenderung bersifat perorangan dengan jumlah produk yang terbatas, sehingga hanya kalangan masyarakat atau konsumen tertentu saja yang dapat dengan mudah untuk memperoleh produk dari hasil kerajinan tersebut. Hal ini memberikan kesulitan bagi konsumen lainnya apabila ingin membeli produk yang dihasilkan oleh industri kreatif kerajinan anyaman bambu. Ketersediaan informasi yang ada saat ini belum cukup memenuhi kebutuhan informasi tentang industri kreatif yang ada di Kota Metro khususnya informasi tentang industri kreatif kerajinan anyaman bambu.

Berdasarkan pemikiran tersebut untuk meningkatkan penjualan, maka proses penyebaran informasi produk harus mengandalkan teknologi informasi yang dapat menjangkau semua area atau tak terbatas oleh tempat dan waktu. Penelitian ini akan merancang dan mengimplementasikan *e-commerce* sebagai solusi dari kendala pemasaran anyaman bamboo di kota Metro.

SISTEM INFORMASI DAN TEKNOLOGI INFORMASI

Kadir (2003, p.546) Informasi merupakan salah satu sumber daya penting dalam suatu organisasi; digunakan sebagai bahan pengambilan keputusan. Menurut Burch dan Grudnitski (1989), kualitas informasi

ditentukan oleh tiga faktor, yaitu relevansi, tepat waktu dan akurasi. Akurasi berarti bahwa informasi bebas dari kesalahan. Relevansi berarti bahwa informasi benar-benar berguna bagi suatu tindakan keputusan yang dilakukan oleh seseorang. Tepat waktu berarti bahwa informasi datang pada saat dibutuhkan sehingga bermanfaat untuk pengambilan keputusan. Secara lebih khusus, organisasi umumnya menerapkan sistem informasi.

E-Commerce

Yuhefizhar et al. *E-Commerce* adalah singkatan dari *electronic commerce*, yaitu sebuah layanan di *internet* dalam bentuk *website* untuk bertransaksi atau berdagang secara *online* (p.15). Sarwono dan Prihartono (2012, p.1) *E-Commerce* berkaitan dengan transaksi jual beli yang dilakukan secara *digital* dengan menggunakan komputer yang tersambung dengan *internet*. Oleh karena itu, peranan *internet* dalam *e-commerce* sangat penting karena komputer yang digunakan untuk bertransaksi harus dapat digunakan untuk berkomunikasi antara pihak pembeli dan penjual. Dengan demikian, model transaksi dalam *e-commerce* akan berbeda dengan transaksi bisnis konvensional. Jika transaksi bisnis memerlukan tatap muka, maka dalam *e-commerce* tidak diperlukan tatap muka.

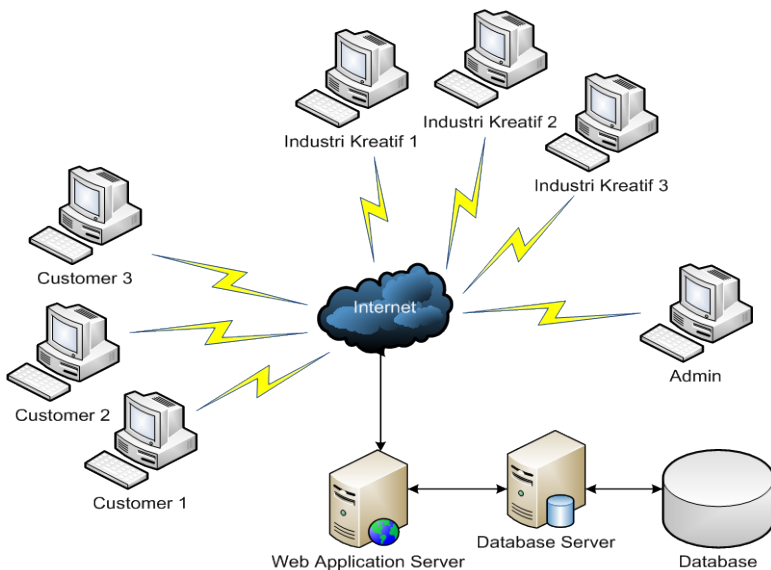
E-commerce dibedakan menjadi 3 jenis, yaitu *traditional e-commerce*, *pure e-commerce* dan *partial e-commerce*. **Traditional e-commerce** (mencakup semua dimensi fisik) merupakan sistem perdagangan dimasa lalu, melakukan semua proses bisnis secara *offline*. Perdagangan masih dilakukan secara fisik dimana transaksi membutuhkan kontak antara penjual dan pembeli. **Pure e-commerce** (mencakup semua dimensi digital) Perdagangan dilakukan lewat dunia *virtual*. Menjual produk atau layanan secara *online*. Jadi tidak ada perusahaan atau tokonya secara fisik, namun ada dalam dunia maya. Contohnya adalah *Amazon.com*. Transaksi dilakukan secara murni dimana proses jual beli dilakukan di *internet*, dan barang akan dikirimkan lewat jasa pengiriman barang. Sedangkan **Partial e-commerce** adalah pencampuran antara cara tradisional dan murni. Pada *Patial E-Commerce* adalah sebuah toko

atau perusahaan di dunia nyata yang mengiklankan barangnya di dunia maya, (Adma Jaya Yogyakarta).

Perbedaan antara *pure* dan *partial e-commerce* yaitu *Pure e-commerce* semua proses pembelian, penjualan dan transaksi pembayaran dilakukan secara *online*, serta tidak memiliki toko secara fisik. Sedangkan *Partial e-commerce* gabungan antara *traditional* dan *pure e-commerce*, yang membedakan bahwa adanya toko secara fisik.

METODOLOGI PENELITIAN

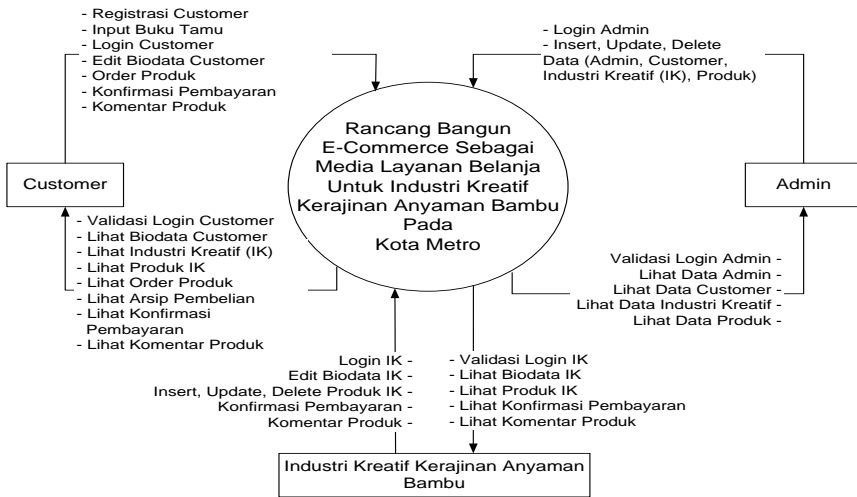
Metode pengembangan perangkat lunak yang digunakan yaitu metode *Waterfall* milik John Wiley & Sons yang terdiri dari *Planning, Analysis, Design, Implementation, dan System*. Berikut merupakan gambar dari hasil analisis sistem yang merupakan arsitektur e-commerce yang dibangun yaitu:



Gambar 1 Arsitektur E-Commerce.

DIAGRAM KONTEKS SISTEM

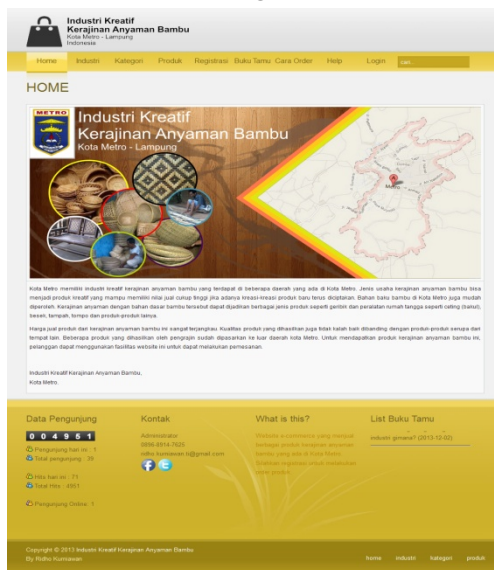
Diagram konteks menggambarkan alur sistem secara garis besar. Diagram konteks sistem dapat dilihat dibawah ini:



Gambar 2 Diagram Konteks Sistem.

HASIL DAN PEMBAHASAN TAMPILAN PROGRAM

Berikut ini merupakan tampilan dari *website e-commerce* ketika dijalankan. Terdapat beberapa menu utama yang dapat dipilih, yaitu menu Home, Industri, Kategori, Produk Registrasi, Buku Tamu, Cara Order dan Login. Berikut ini adalah gambar dari menu Home.



Gambar 2 Menu Home.

PROSES REGISTRASI CUSTOMER

Pada *web* ini seorang customer harus terdaftar sebagai anggota customer apabila ingin melakukan pemesanan/pembelian produk. Registrasi dapat dilakukan dengan cara menginputkan biodata customer pada menu Registrasi. Berikut ini adalah gambar proses registrasi customer.

The screenshot shows a web browser window with the URL 'http://www.ikabamboo.com'. The page title is 'REGISTRASI CUSTOMER BARU'. The form contains the following fields:

- ID Customer: CS1131004
- Nama Customer: Dian
- Telepon/HP: 072144883
- Email: dian@gmail.com
- Alamat: Kota Trengg...
- Keterangan: (empty)
- Username: dian
- Password: (masked with asterisks)

Buttons for 'Simpan' and 'Batal' are visible at the bottom of the form. Below the form, there are sections for 'Data Pengunjung', 'Kontak', 'What is this?', and 'List Buku Tamu'. The footer contains copyright information: 'Copyright © 2013 Industri Kreatif Kerajinan Anyaman Bambu. By Salsu Kusumaningrum' and navigation links for 'home', 'index', 'kategori', and 'produk'.

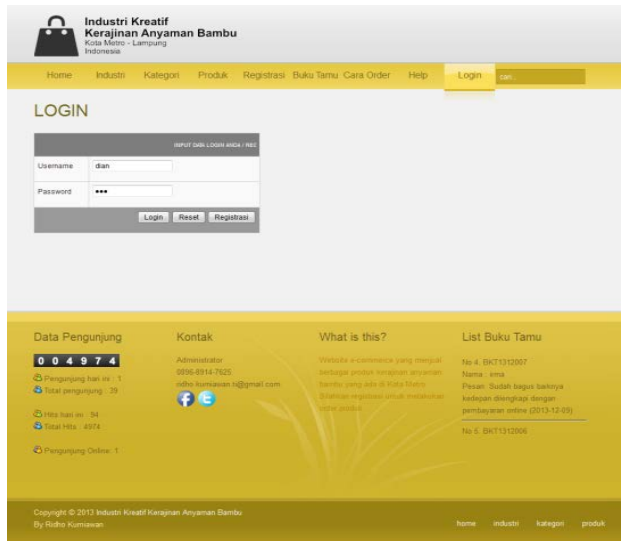
Gambar 3 Proses Registrasi Customer.

PROSES ORDER PRODUK DAN KONFIRMASI PEMBAYARAN

Berikut ini menjelaskan proses order produk dan konfirmasi pembayaran yang dilakukan oleh customer saat melakukan order produk melalui website ini, yaitu:

a. Login

Customer terlebih dahulu melakukan login, input username dan password customer untuk melakukan login. Berikut ini adalah gambar proses login customer, sebagai contoh customer bernama Dian.



Gambar 4 Proses Login Customer.

b. Pilih Produk

Customer dapat memilih produk melalui menu Produk. Pilih produk yang ingin customer beli. Contoh, customer membeli produk Kursi Bambu Tipe 21 dengan cara click menu Produk, kemudian click nama produk Kursi Bambu Tipe 21. Berikut ini adalah gambar proses memilih produk.

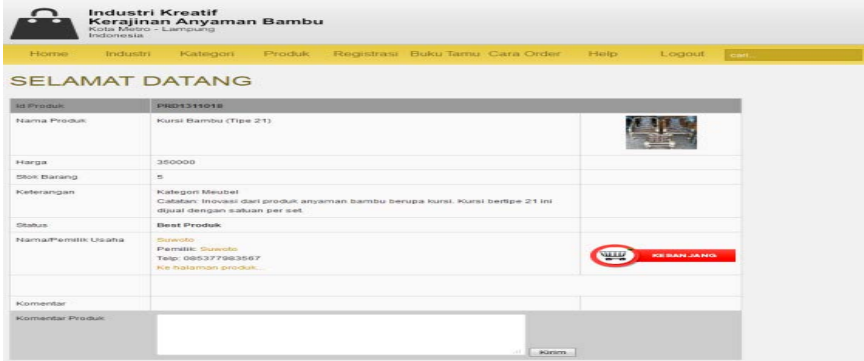


Gambar 5 Proses Memilih Produk.

c. Detail Produk

Website menampilkan informasi detail produk. Pada halaman detail produk, customer dapat melihat informasi produk secara detail.

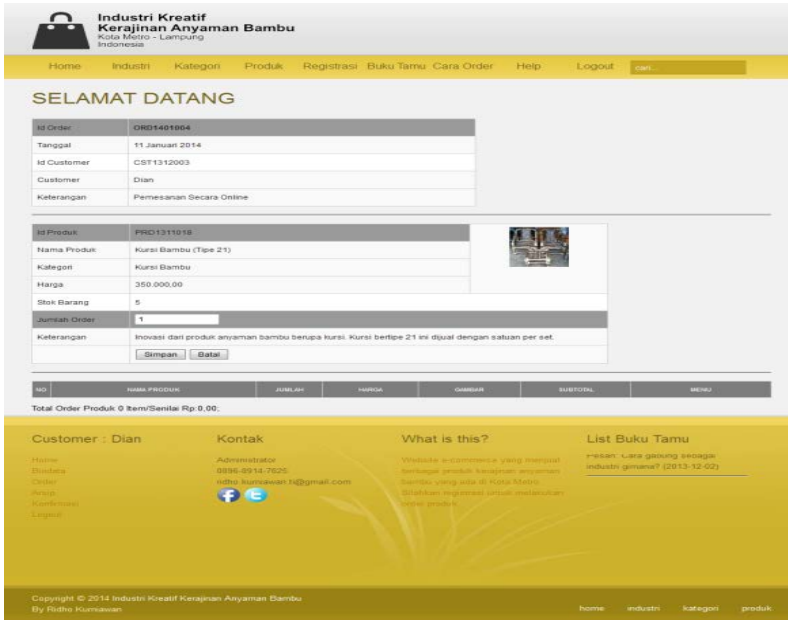
Produk Kursi Bambu Tipe 21 yang akan dibeli adalah produk milik Bapak Suwoto. Berikut ini adalah gambar dari halaman detail produk.



Gambar 6 Detail Produk.

d. Keranjang Belanja

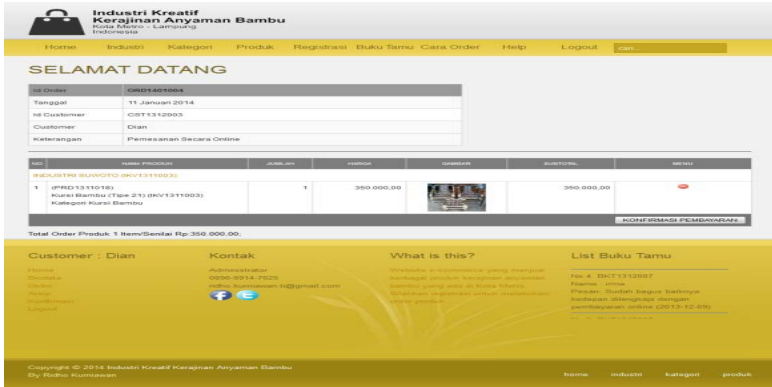
Setelah mengetahui produk yang ingin diorder, tekan button Keranjang untuk menginputkan jumlah produk yang ingin diorder. Sesuaikan jumlah order dengan stok barang. Pada contoh gambar dibawah ini, jumlah order yang di inputkan adalah 1 (satu). Berikut ini adalah gambar proses menginputkan jumlah produk yang di order.



Gambar 7 Keranjang Belanja.

e. Proses Simpan Order

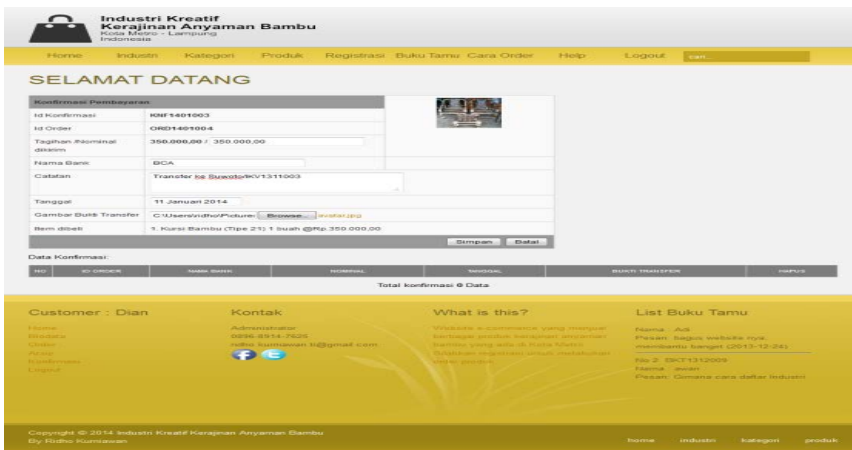
Setelah menginputkan jumlah order, tekan button simpan untuk melakukan order produk dan akan muncul tampilan seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 8 Proses Simpan Order.

f. Konfirmasi Pembayaran

Setelah melakukan order produk, customer melakukan konfirmasi pembayaran. Tekan button **Konfirmasi Pembayaran** pada form tersebut dan inputkan nominal, nama bank, dan gambar berupa bukti transfer pembayaran yang telah dilakukan. Berikut merupakan gambar proses konfirmasi pembayaran.



Gambar 9 Konfirmasi Pembayaran.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Melalui sistem *e-commerce* berbasis *website*, industri kreatif kerajinan anyaman bambu beserta produk yang dihasilkan oleh para pelaku bisnis industri kreatif kerajinan anyaman bambu di Kota Metro, dapat diketahui secara luas oleh masyarakat.
- b. Melalui sistem *e-commerce* berbasis *website*, proses pemasaran dan penjualan produk industri kreatif kerajinan anyaman bambu di Kota Metro yang terbatas oleh tempat dan waktu dapat teratasi.

REFERENSI

- Kadir, A. 2003. Pengenalan Teknologi Informasi. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Sarwono, J., & K Prihartono. 2012. Perdagangan Online: Cara Bisnis di Internet. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sidik, B. 2004. Pemrograman Web dengan PHP. Informatika, Bandung.
- Utomo, W. B., & Candra B. Pembuatan Web Profil Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Ngrampal Dengan Menggunakan PHP Dan MySql. Seminar Riset Unggulan Nasional Informatika dan Komputer FTI UNSA. Vol. 2. No. 1. Maret 2013.
- Wiley, J., & Sons. 2005. Systems Analysis and Design with UML Version 2.0. United States of America.
- Wirdasari, D. Teknologi E-Commerce Dalam Proses Bisnis. Jurnal SAINTIKOM. Vol. 7. No. 2. Agustus 2009.
- Yuhefizhar. 2011. Mudah Membangun Toko Online Dengan CMS Prestashop. Elex Media Komputindo, Jakarta.