

PERANCANGAN SISTEM E-COMMERCE PADA TOKO MADU AL-FURQON JAMBI

Riswan¹, Nilawati²

^{1,2}Program Studi Sistem Informasi, Universitas Nurdin Hamzah, Jambi

E-mail: ¹ris_wone@gmail.com, ²nilawatinh93@gmail.com

Abstract - *Implementation of E-Commerce As Online Sales Media. The purpose of this research is to implement e-commerce website that serves as a media promotion and electronic sales. And know the obstacles faced in implementing e-commerce website. The type of research conducted is qualitative. This study took a case study at the shop Madu Al-Furqon Jambi. Techniques Data collection conducted by researchers using observation, interviews and documentation. The results of the research using e-commerce implementation by using online sales at Madu Al-Furqon Jambi store will be able to help reduce the cost incurred and can convey information in detail and quickly about the product to the customer, Based on the results of this study is expected to help shop Madu Al-Furqon Jambi to get maximum results and can compete with similar stores.*

Keywords : Sistem, E- Commerce, Madu Al-Furqon, Sales.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penjualan berbasis *e-commerce* tidak lagi asing bagi sebuah perusahaan baik perusahaan dagang maupun perusahaan jasa. Hal ini disebabkan banyak perusahaan telah menganggap dengan adanya fitur *e-commerce* dapat memberikan keuntungan secara finansial maupun non finansial dan ini berdampak pada loyalitas pelanggan terhadap perusahaan meningkat, pelayanan dan penyampaian informasi yang lebih efektif. Hal yang sama juga terjadi pada perusahaan jasa, dengan adanya *e-commerce* mampu meningkatkan pelayanan jasa yang mereka tawarkan kepada pelanggan.

Daya tarik *e-commerce* bagi dunia bisnis di antaranya adalah karena ia mempunyai keunggulan 1). Efisien Perusahaan bisa memperoleh efisiensi baik dari sisi pemasaran, tenaga kerja, dan overhead cost. Sebagai contoh, mereka tidak perlu setiap kali mencetak katalog baru dan mengirimkannya (faxsimile) ke tiap konsumen karena konsumen bisa melihat langsung di website mengenai perubahan jenis dan harga barang dari detik ke detik. 2). Efektif Internet memungkinkan untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan cepat. Hal ini dimungkinkan karena perusahaan bisa membuka virtual shop 24 jam non stop dengan menampilkan informasi tentang produk dan prosedur pembelian secara on line di internet. Calon konsumen bisa dimanjakan dengan tampilan grafis yang menawan bahkan dengan animasi/video yang bisa dijalankan dengan software tertentu misal: Real Player.(Achjari, 2000)

Daya tarik ini dari dengan pemanfaatan *e-commerce* ini, telah mendorong Toko Madu Al-Furqon yang merupakan salah satu usaha perseorangan yang bergerak dibidang Madu dan

Obat-obat Herbal yang beralamat di Jalan Iswahyudi Lorong Ki Bajuri RT 02 No 91 Kelurahan Talang Bakung Kecamatan Paal Merah Kota Jambi dari penjualan manual atau konvensional ke sistem berbasis *e-commerce*. Perubahan ini akan bisa mengatasi persoalan yang mereka temukan di penjualan manual. Sistem ini akan memperbesar penjualan yang lebih luas, karena madu memiliki kehasiatan yang tinggi .

Berdasarkan masalah tersebut maka penulis tertarik untuk membangun sebuah aplikasi penjualan berbasis *e-commerce* yang nantinya mampu meminimalisir masalah yang ada serta meningkatkan identitas toko agar dikenal oleh masyarakat luas. Maka dari itu penulis mengambil objek penelitian tentang “Perancangan Sistem E-Commerce Pada Toko Madu AL-FURQON Jambi”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, perumusan masalah yang akan dibahas yaitu bagaimana “ Merancang E-Commerce Pada Toko Madu Al-Furqon Jambi ?”

1.3. Tujuan Penelitian

Merancang dan membangun Sistem E-Commerce Pada Toko Madu Al-Furqon Jambi.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dilakukan yaitu sebagai berikut :

1. Dapat memberikan solusi terhadap permasalahan sistem manual yang digunakan dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, sehingga akan meningkatkan penjualan madu ke pelanggan setiap bulannya.

2. Dapat memudahkan kegiatan pengolahan data distribusi Madu Al-Furqon ke pelanggan.
3. Dapat memudahkan perekapan laporan distribusi madu n karena data diolah dalam satu basis data yang terintegrasi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian E-Commerce

E-commerce merupakan bagian dari Electronic Bussines (bisnis yang dilakukan melalui media elektronik). Kalangan bisnis memberikan definisi tentang e-commerce sebagai segala bentuk perniagaan/perdagangan barang atau jasa dengan menggunakan media elektronik. Media elektronik disini tidak terbatas pada internet saja, namun karena penggunaan internet dewasa ini amat populer maka fokus pembahasan pada tesis ini adalah ecommerce pada media internet. (Sinarwati et al., 2019)

Shabur Mifta Maulana dalam (Apriadi & Saputra, 2017)e-Commerce merupakan suatu sistem jual beli secara elektronik dari produsen ke konsumen, dari konsumen ke produsen yang berfungsi sebagai perantara. Sedangkan Menurut Jony Wong dalam (Aco & Endang, 2017)E-Commerce adalah media bisnis dengan sistem elektronik.Seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet. Keberadaan e-commerce merupakan solusi alternatif yang menjanjikan untuk diterapkan dalam bisnis. E-Commerce memberikan banyak kemudahanbagi penggunaanya, baik dari pihak penjual (merchant) maupun dari pihak pembeli (buyer) dalam melakukan transaksi perdagangan, meskipun kedua belah pihak berada di tempat yang berbeda(B Sinta et al., 2023)

Terdapat empat aspek yang dapat menentukan kesuksesan dari sistem E-commerce dalam memasarkan produk seperti diuraikan berikut:

- 1) Karakteristik Produk; • Tipe Produk • Harga Produk • Ketersediaan Standar Produk • Informasi Produk
- 2) Karakteristik Industri • Diperlukan Broker • Intellegent System boleh menggantikan Broker
- 3) Karakteristik Penjual • Konsumen akan mencari penjual dengan harga yang murah • Volume Rendah dengan margin keuntungan transaksi yang lebih tinggi
- 4) Karakteristik Pembeli • Pembeli yang sesuai dengan selera • Pembeli yang seperti pasien / selalu butuh • Pembeli yang menganalisa(Edison & Kurnianingsih, 2021)

2.2. Pengertian Metode Pembayaran

Beberapa metode pembayaran yang sering digunakan pada e-commerce (Ramadhani et al., 2022) :

- a) Cash on Delivery (COD)

Meskipun kita melakukan transksi pembelian secara online, tetapi pembayaran yang dilakukan bisa secara offline. Pada metode ini, biasanya pembayaran akan dilakukan setelah barang yang dipesan datang ke alamat yang dituju. Dan biasanya barang data ng dalam kurun waktu yang cukup lama.

- b) Transfer Bank

Selain COD, perusahaan bisa menggunakan metode pembayaran dengan cara transfer. Transfer ini bias dilakukan dengan menggunakan mesin ATM, mobile banking ataupun internet banking.

- c) Kartu kredit

Pembayaran ini bisa menggunakan semua jenis kartu kredit yang ada, biasanya konsumen harus mengisi data - data tertentu yang disediakan.

- d) E-wallet

Metode ini mulai marak digunakan di Indonesia. Metode ini digunakan untuk menyimpan uang kita dalam bentuk digital, dan akan bias kita gunakan untuk malakukan transaksi secara online, misalnya go-pay, ovo ataupun T-cash.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Kebutuhan Masukan (Input)

Adapun kebutuhan masukan pada sistem ini terdiri dari:

1. **Rancangan Menu Home**

Desain tampilan menu *home* ini yang akan pertama kali diakses, berisi menu-menu dan gambar-gambar produk pada slider yang ada pada *website* Toko Madu Al-Furqon Jambi.

2. **Rancangan Tampilan Profil**

Desain tampilan profil ini nantinya berisi tentang profil Toko Madu Al-Furqon Jambi.

3. **Rancangan Menu Cara Pembelian**

Desain tampilan cara pembelian ini nantinya berisi petunjuk pembelian barang pada Toko Madu Al-Furqon Jambi.

4. **Rancangan Menu Data Distribusi**

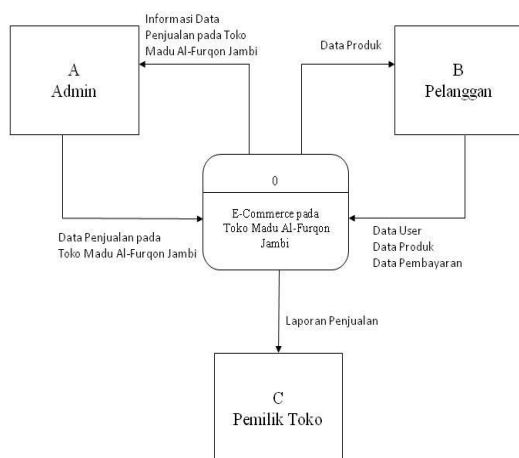
Desain tampilan keranjang belanja ini nantinya berisi data-data produk yang telah dibeli kustomer pada Toko Madu Al-Furqon Jambi.

3.2 Rancangan Sistem

Rancangan Tahapan ini Penggunaan *Data Flow Diagram* (DFD) dalam menggambarkan arus data sangat membantu dalam memahami suatu sistem pada semua tingkat kompleksitasnya. *Data Flow Diagram* (DFD) merupakan penggambaran logika program dengan menggunakan simbol-simbol diagram arus data, bentuk DFD yang digambarkan dalam pembuatan sebuah sistem biasanya terdiri dari Diagram Konteks, Diagram Zero, Diagram detail.

1. Diagram Konteks

Rancangan Dalam Diagram Konteks E-Commerce Pada Toko Madu Al-Furqon Jambi terdapat tiga external entity dan satu proses yang saling berhubungan. Pada proses diagram konteks terdapat tiga entitas yakni admin, Pelanggan, dan Distribusi. Pada gambar di bawah ini menjelaskan bahwa admin dapat menginputkan semua madu, mengatur, dan mengelola data login. Pelanggan juga dapat menginput dan mengelola data login tetapi. Distribusi dalam sistem informasi ini hanya bisa melihat laporan dan meng Acc laporan yang diberikan oleh admin. Diagram Konteks Sistem Informasi Distribusi Madu Al-Furqon Jambi dapat dilihat pada gambar 4.1 Dibawah ini.



Gambar 1. Diagram Konteks

Keterangan :

Berikut ini penjelesan dari Diagram konteks E-Commerce pada Toko Madu Al-Furqon Jambi Berbasis Web :

1. Entity Bagian Administrasi dapat melakukan proses login, mengolah data admin, keripik, barang masuk, pelanggan tetap, distribusi, return barang, dan mengecek laporan. Kemudian output yang didapat ialah Laporan Data Pelanggan, Laporan Data Distribusi Barang, Laporan Data Nota Belum di Bayar, dan Laporan Data Nota Lunas.
2. Entity Pelanggan Tetap dapat melakukan pengorderan Madu Kemudian output yang didapat ialah Informasi Nota Hutang dan Lunas.
3. Entity Pimpinan/Pemilik dapat melakukan pengecekan dan memverifikasi laporan-laporan dari sistem, meliputi Laporan Data Pelanggan, Laporan Data Distribusi Barang, Laporan Data Nota Belum di Bayar, dan Laporan Data Nota Lunas.

2. Level 0 (Zero)

Diagram level 0 (zero) memberikan pandangan secara menyeluruh mengenai sistem yang ditangani, menunjukkan tentang fungsi-fungsi utama atau proses yang ada, aliran data, dan eksternal entity. Pada level ini sudah dimungkinkan adanya / digambarkan *data store* yang digunakan

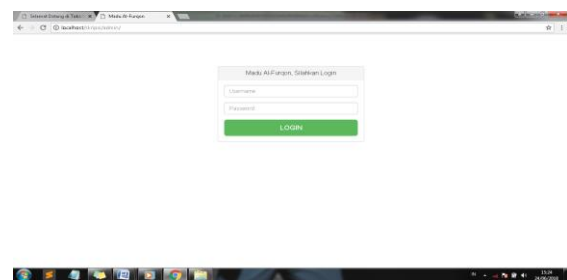
3. Rancangan Diagram Rinci

Diagram rinci merupakan turunan dari diagram level nol (zero) yang menggambarkan proses yang ada dalam diagram zero atau diagram level diatasnya. Proses 3.0 yaitu proses Distribusi dan proses 4.0 yaitu proses Cetak Laporan pada diagram level 0 dapat dipecah lagi pada diagram rinci (level 1).

3.4 Implementasi

1. Implementasi Login Administrator

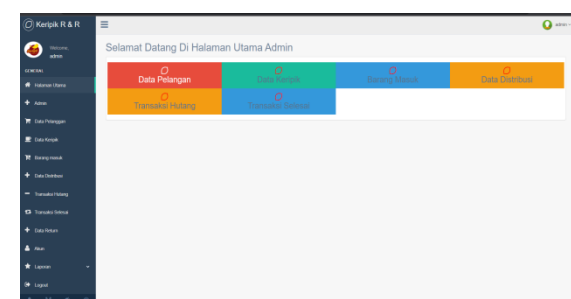
Halaman login admin berfungsi untuk mengelola semua data yang ada pada *website* baik itu pemesanan dan lainnya. Gambar halaman login admin dapat dilihat pada gambar 2. berikut ini :



Gambar 2. Login Administrator

2. Implementasi Halaman Menu Utama

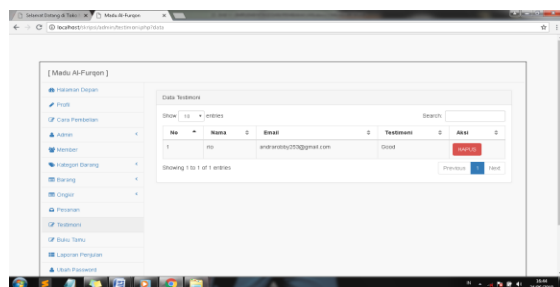
Halaman ini menyimpan data kategori barang pada produk di *website* Toko Madu Al-Furqon Jambi. Halaman Dashboard Kategori Barang dapat dilihat pada gambar 3. berikut ini :



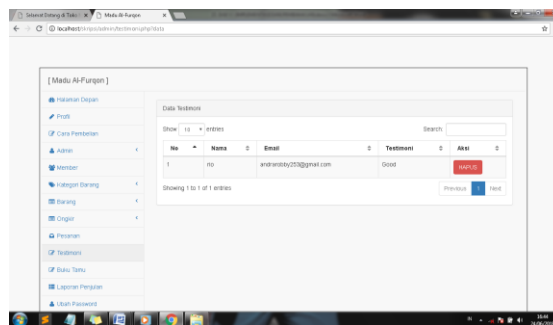
Gambar 3. Menu Utama

3. Tampilan Dashboard Buku Tamu

Halaman ini berisi form yang dapat member isi seperti saran ataupun masukan untuk Toko Madu Al-Furqon Jambi. Halaman Dashboard Buku Tamu dapat dilihat pada gambar 4. berikut ini :



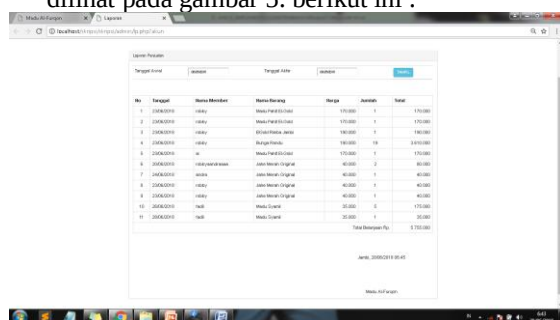
Gambar 4. Dashboard Buku Tamu



Gambar 7. Halaman Dashboard Testimoni

4. Tampilan Laporan Penjualan

Halaman ini berisi laporan penjualan keseluruhan ataupun harian yang dapat admin cetak sebagai bukti laporan penjualan barang. Halaman Dashboard Laporan Penjualan dapat dilihat pada gambar 5. berikut ini :

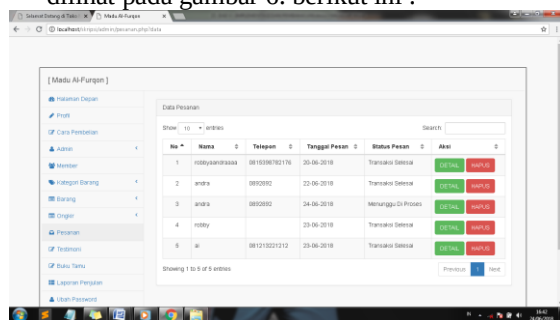


No	Tanggal	Nama Member	Nama Barang	Harga	Jumlah	Total
1	2018-09-01	no	Madu Al-Furqon	150.000	1	150.000
2	2018-09-01	no	Madu Al-Furqon	150.000	1	150.000
3	2018-09-01	no	Madu Al-Furqon	150.000	1	150.000
4	2018-09-01	no	Madu Al-Furqon	150.000	1	150.000
5	2018-09-01	no	Madu Al-Furqon	150.000	1	150.000
6	2018-09-01	no	Madu Al-Furqon	150.000	1	150.000
7	2018-09-01	no	Madu Al-Furqon	150.000	1	150.000
8	2018-09-01	no	Madu Al-Furqon	150.000	1	150.000
9	2018-09-01	no	Madu Al-Furqon	150.000	1	150.000
10	2018-09-01	no	Madu Al-Furqon	150.000	1	150.000
11	2018-09-01	no	Madu Al-Furqon	150.000	1	150.000

Gambar 5. Tampilan Laporan Penjualan

5. Tampilan Dashboard Pesanan

Halaman ini berisi data transaksi oleh member yang telah membeli barang pada website Toko Madu Al-Furqon Jambi untuk dapat diproses selanjutnya. Halaman Dashboard Pesanan dapat dilihat pada gambar 6. berikut ini :



No	Nama	Telepon	Tanggal Pesan	Status Pesan	Aksi
1	no	081938782176	20-06-2018	Transaksi Sukses	Detail
2	no	081938782176	20-06-2018	Transaksi Sukses	Detail
3	no	081938782176	24-06-2018	Transaksi Sukses	Detail
4	no	081938782176	24-06-2018	Transaksi Sukses	Detail
5	no	081938782176	24-06-2018	Transaksi Sukses	Detail

Gambar 6. Tampilan Pesanan

6. Tampilan Dashboard Testimoni

Halaman ini berisi data kepuasan member terhadap barang yang ada pada website Toko Madu Al-Furqon Jambi. Halaman Dashboard Pesanan dapat dilihat pada gambar 7. berikut ini

IV. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada Toko Madu Al – Furqon Jambi maka dapat ditarik kesimpulan. diantaranya :

1. Sistem penjualan yang digunakan oleh Toko Madu Al-Furqon Jambi saat ini masih menggunakan sistem konvensional/offline dimana pembeli untuk mendapatkan barang yang diinginkan harus datang langsung ke toko untuk mencari barang yang diinginkan jika barang yang diinginkan sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan, Sistem penjualan seperti ini sangat dirasa kurang efektif dan efisien dikarenakan membutuhkan biaya dan waktu yang cukup lama bagi pelanggan untuk melakukan proses transaksi dan pelanggan akan merasa kurang dimanjakan.
2. Implementasi *e-commerce* dengan menggunakan penjualan online pada toko madu al-furqon akan dapat membantu mengurangi biaya yang dikeluarkan serta dapat menyampaikan informasi secara detail mengenai produk maupun harga spesial yang diberikan kepada konsumen secara online dan memudahkan proses transaksi tanpa harus datang ke toko secara langsung sehingga dapat bersaing dengan toko yang sejenis dan mendapatkan hasil yang lebih maksimal.
3. Kendala yang dihadapi dalam mengimplementasikan *e-commerce* adalah minimnya sumber daya manusia yang memahami dalam bidang pengguna *e-commerce* sehingga belum dapat digunakan secara maksimal, serta masih banyak pembeli yang masih kurang percaya akan tingkat keamanan belanja online dan susah merubah kebiasaan untuk bertransaksi secara online.

4.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan, maka penulis memberikan beberapa saran yang sekiranya dapat membantu penggunaan sistem informasi ini

agar dapat memperoleh hasil dan manfaat yang maksimal.

Adapun saran-saran yang akan penulis sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Perlu adanya orang yang mengerti akan penggunaan sistem yang baru sehingga sistem yang baru dapat bekerja dengan baik dan dapat digunakan secara maksimal.
2. Melakukan evaluasi sistem secara berkala untuk melakukan penambahan kebutuhan sistem misalnya penambahan jumlah produk yang akan datang , penambahan produk baru yang akan dipasarkan, perubahan harga produk barang atau maupun penambahan diskon yang diberikan.
3. Perlu penambahan penggunaan jasa pengiriman maupun fitur pembayaran transfer bank sehingga dapat mencakup wilayah yang lebih luas dan pelanggan memiliki lebih banyak pilihan.

DAFTAR REFERENSI

- Achjari, D. (2000). Potensi Manfaat Dan Problem Di E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 15(3), 388–395. <http://www.amazon.com>
- Ardialis, M. B., & Hayani, N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian PADA MARKETPLACE LAZADA. *IJBEM: Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 2(1), 1–8.
- B Sinta, V., Afifah, S., & Ramadhani, R. (2023). Pengaruh E-Commerce Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stkip Nurul Huda. 2(2), 1–14. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Edison, & Kurnianingsih, F. (2021). Penguatan Kewirausahaan Melalui Pendampingan Sistem E-Commerce Pada Desa INFO ARTIKEL INTI SARI. *Journal of Community Services*, 1(1), 27. <https://journal.inspire-kepri.org/index.php/JoCS>
- Ramadhani, A. N., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). Analisis Metode Pembayaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce: Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 111–119. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.127>
- Sinarwati, N. K., Sujana, E., Nyoman, D., & Herawati, T. (2019). Peran Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Mobile Bagi Peningkatan Kinerja Umkm. *License Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(1), 26–32. <http://dx.doi.org/10.22225/kr.11.1.1123.26-32>
- Sudirman, I. M. S. A. S., & Suasana, I. G. A. K. G. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan, Komitmen, Dan Loyalitas Nasabah Internet Banking Di Kota Denpasar. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(4), 473–488. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i4.52>