

ANALISIS DAN PERANCANGAN WEB *E-COMMERCE* UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PARA PELAKU INDUSTRI KREATIF DI ALASMALANG

Muh. Fuad Al-Haris¹⁾, Eka Mistiko Rini²⁾

^{1), 2)} Teknik Informatika Politeknik Negeri Banyuwangi
Jl Raya Jember KM. 13, Labanasem, Kabat, Banyuwangi 68461
Email : f_haris@poliwangi.ac.id¹⁾, ekamrini@gmail.com²⁾

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi telah banyak menciptakan peluang usaha mandiri untuk para produsen dan retailer yang dilakukan secara elektronik. Transaksi elektronik dilakukan menggunakan media internet. Manfaat dari transaksi elektronik ini adalah dapat menekan biaya barang dan jasa serta dapat meningkatkan kepuasan konsumen terkait dengan kecepatan dalam mendapatkan produk yang diinginkan. Transaksi perdagangan online memungkinkan transaksi dilakukan dengan cepat dan biaya yang murah tanpa melalui proses yang berbelit-belit dimana pihak pembeli cukup mengakses internet ke website yang mengiklankan produk dan kemudian pihak pembeli cukup mempelajari ketentuan dari pihak penjual.

Industri kreatif merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan saat ini tengah digalakkan di Banyuwangi. Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap guncaman krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan untuk memperkuat dan mendukung pelaku Industri kreatif ini. Sementara promosi produk dari Industri kreatif sendiri masih dalam bentuk pameran yang dilakukan sebatas di daerah tertentu di Banyuwangi saja. Desa Alasmalang merupakan salah satu kawasan sentra industri kreatif di Kabupaten Banyuwangi. Berbagai produk kerajinan rumah tangga bahkan yang bernilai seni budaya banyak diproduksi.

Kata kunci: transaksi elektronik, online, internet, industri kreatif, promosi produk

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah banyak menciptakan peluang usaha mandiri untuk para produsen dan retailer yang dilakukan secara elektronik. Transaksi elektronik dilakukan menggunakan media internet. Konsumen akan sangat terbantu dengan adanya teknologi elektronik seperti ini. Dengan internet, jarak dan waktu bukan menjadi permasalahan yang fatal untuk melakukan proses transaksi perdagangan di era saat ini.

Di Banyuwangi saat ini telah terpasang 1.100 titik wifi di Banyuwangi dari target 10.000 titik hingga tahun

2014. Instrumen TIK telah digunakan untuk pengembangan berbagai sektor kehidupan di Banyuwangi, mulai dari pendidikan, kesehatan, ekonomi, keagamaan khususnya pembayaran zakat, hingga berbagai macam pelayanan pemerintah daerah ke masyarakat. Atas program inovatif membentuk Banyuwangi Digital Society, kabupaten Banyuwangi baru saja mendapatkan penghargaan di ajang Indonesia Digital Society Award (IDSA) 2013.

Dunia usaha di Banyuwangi, terutama yang masih berada pada skala mikro, kecil, dan industri kreatif saat ini berkembang cukup pesat. Alasmalang merupakan nama sebuah desa yang terletak di Kecamatan Singojuruh Kabupaten Banyuwangi yang memiliki pelaku-pelaku Industri Kreatif yang sangat berpotensi untuk dikembangkan. Produk-produk kerajinan tangan yang dihasilkan antara lain: aneka hiasan dinding dari bambu, perhiasan dari manic-manik, pembuatan pakaian untuk tari gandrung dan masih banyak yang lainnya. Sistem jual beli yang dilakukan masih bersifat konvensional. Pembeli yang tertarik harus langsung menemui para pelaku Industri Kreatif.

Oleh sebab pada penelitian ini diusulkan pembuatan media untuk jual beli produk industri kreatif desa Alasmalang kabupaten Banyuwangi secara *on line* berbasis web. Penelitian ini diharapkan menjadikan produk-produk unggulan industri kreatif dapat dikenal luas sehingga dapat membantu meningkatkan penjualan. Dengan meningkatnya penjualan otomatis dibarengi dengan peningkatan produksi, juga akan meningkatkan pendapatan khususnya untuk masyarakat pelaku industri kreatif di desa Alasmalang Kabupaten Banyuwangi.

1.1 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahan seperti berikut ini:

- Bagaimana membuat media promosi yang inovatif dan tepat guna untuk pelaku industri kreatif di desa Alasmalang Kabupaten Banyuwangi?
- Bagaimana membuat website yang digunakan sebagai portal untuk melakukan transaksi perdagangan industri kreatif desa Alasmalang Kabupaten Banyuwangi?

- C. Bagaimana menjamin keamanan transaksi perdagangan yang dilakukan untuk desa Alasmalang Kabupaten Banyuwangi?

1.2 Batasan Masalah

Adapun batasan dari penelitian ini adalah :

- Data yang digunakan dalam pembangun website e-commerce ini adalah data produk industri kreatif, data kategori dan sub kategori produk, detail produk, harga produk, gambar produk dan discount produk.
- Pembahasan tidak mencakup permasalahan keamanan yang mungkin terjadi akibat serangan dari hacker atau cracker pada web server dan database server yang digunakan untuk tempat penyimpanan program dan data pada sistem.
- Proses yang dilakukan meliputi : proses pencarian pemesanan, proses konfirmasi pembayaran secara offline, proses pencarian produk, proses autentifikasi pengguna, dan proses pendaftaran pengguna.
- Informasi yang diberikan dibagi menjadi informasi yang hanya tampil di layar komputer dan tercetak. Untuk informasi yang tampil padalayar adalah histori pemesanan, informasi produk, informasi profil pelanggan, dan informasi status pengiriman pemesanan.
- Pembayaran yang ditangani oleh sistem hanya bersifat offline.
- Lingkungan sistem didesain menggunakan bahasa pemrograman PHP, Javascript, dan database MySQL yang dapat berjalan pada web browser di berbagai macam sistem operasi.

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah:

- Untuk membantu para pelaku industri kreatif desa Alasmalang Kabupaten Banyuwangi dalam mempermudah promosi produk dengan media yang inovatif dan tepat guna secara online.
- Untuk memberi kemudahan bagi pihak penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi secara online menggunakan website.
- Untuk menciptakan media jual beli online yang berfokus pada produk industri kreatif desa Alasmalang Kabupaten Banyuwangi dengan menjamin keamanan transaksinya.

1.4 Tinjauan Pustaka

Ecommerce dipilih untuk memasarkan produk umkm di desa Alasmalang karena telah banyak yang membuktikan bahwa penggunaan ecommerce dapat memudahkan informasi produk dan promosi. seperti yang diungkapkan oleh Jauhari [1] dalam menelitiannya berpendapat bahwa untuk meningkatkan daya saing UKM serta untuk mendapatkan peluang ekspor dan peluang bisnis lainnya dapat dilakukan dengan

memanfaatkan perkembangan Information and Communication Technology (ICT), utamanya e-commerce Tidak hanya memanfaatkan internet sebagai alat untuk melakukan promosi atau mencari peluang bisnis, tetapi juga harus diimbangi dengan pengelolaan administrasi yang baik melalui penggunaan software yang tepat. Perlu dilakukan pengembangan website dan e-commerce sebagai sarana untuk promosi dan pemasaran produk-produk usaha, sehingga akan meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan pendapatan.

Peneliti selanjutnya juga telah membuktikan bahwa e-commerce memiliki pengaruh terhadap beberapa faktor dalam proses pemasaran produk UKM. Sesuai dengan penjelasan Lesmono dalam penelitiannya bahwa [2], penggunaan ecommerce untuk ukm dipengaruhi oleh variabel (CSE) kemampuan diri pelaku UKM pada komputer selanjutnya oleh variabel (PEoU) kemudahan pelaku UKM dalam menggunakan dan oleh variabel (PU) kemanfaatan e-commerce bagi pelaku UKM tersebut. Setelah mereka merasakan kemudahan dalam menggunakan e-commerce, maka berpengaruh pada sikap pelaku UKM untuk menggunakan (ATU), kemudian sikap pelaku UKM untuk menggunakan mempengaruhi variabel niat pelaku UKM untuk meningkatkan menggunakan (BITU). Selanjutnya niat pelaku UKM meningkatkan menggunakan e-commerce berpengaruh pada pemakaian nyata sistem (ASU). Pada penelitian ini ditemukan bahwa pelaku UKM yang memiliki kemampuan komputer, maka ecommerce mudah untuk digunakan dan dimanfaatkan, kemudian kemudahan di dalam penggunaan akan membentuk sikap dan perilaku yang positif.

Peneliti ketiga membuat Aplikasi dengan Teknologi Ajax secara asynchronously, mengirim dan menerima data dari user ke server tanpa perlu me-load kembali seluruh halaman melainkan hanya pada bagian yang diperlukan sedangkan aksi dari sisi klien dibagi menjadi dua bagian, yaitu layer user interface dan layer AJAX. Dengan dibangunnya Aplikasi Teknologi AJAX pada E-Commerce On-Line Promosi Batik Tulis Jawa Timur diharapkan dapat meningkatkan pendapatan para pengusaha UKM sehingga dapat meningkatkan pemasukan APBD selain itu meningkatnya tingkat produksi juga menambah jumlah tenaga produksi sehingga angka pengangguran semakin berkurang [3] Dari penelitian terkait terbukti bahwa dengan memiliki kemampuan pengelolaan produk dan pemasaran menggunakan teknologi informasi memungkinkan untuk menggunakan ecommerce sebagai penyebar informasi produk dan pemasaran serta penjualan bagi pelaku UKM dapat membantu meningkatkan penjualan produknya.

1.4.1 Definisi Industri Kreatif

Industri kreatif adalah industri-industri yang melibatkan kreativitas individu, keterampilan, dan bakat yang mempunyai potensi menjana kekayaan serta penciptaan peluang pekerjaan melalui penggalakan dan

eksploitasi harta intelek.

1.4.2 E – COMMERCE

Perdagangan elektronik atau e-dagang (bahasa Inggris: Electronic commerce, juga e-commerce) adalah kegiatan komersial dengan penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. E-commerce dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis[4].

E-commerce sebagai satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik[5]

1.4.3 Website (Situs Web)

Informasi-informasi dalam internet dikemas dalam bentuk halaman *web* (web page). Sekumpulan halaman *web* milik seseorang atau suatu perusahaan dikumpulkan dan diletakkan dalam sebuah situs *web* (website). Jadi *website* adalah tempat sekumpulan halaman *web* milik seseorang atau suatu perusahaan. Adapun halaman *web* pada umumnya ditulis dalam format HTML (HyperTextMarkup Language). Keunggulan format HTML adalah penggunaan *hypertext* dalam menulis *text*. *Hypertext* yaitu *text* yang berfungsi sebagai penghubung (hyperlink atau link) antara halaman *web* yang satu dengan halaman *web* yang lain[6].

1.4.4 Homepage

Homepage adalah tayangan di internet melalui media World Wide Web [6]. Biasanya digunakan untuk mempromosikan jasa atau produk-produknya. Homepage ini merupakan halaman pertama dari suatu website yang biasanya berisi tentang apa dan siapa dari perusahaan atau organisasi pemilik website tersebut. Dari homepage ini, informasi lainnya dapat ditemui pada page-page berikutnya yang tersimpan, yang telah dilink untuk menghubungkan suatu informasi lainnya, baik didalam suatu web page yang sama, ataupun dalam web page lain pada website yang berbeda.

1.4.5 Web Browser

Web browser disebut dan dikenal juga dengan istilah suatu browser, atau peselancar atau internet browser. Adalah suatu program komputer yang menyediakan fasilitas untuk membaca halaman web di suatu komputer [7].

1.4.6 Uniform Resource Locator (URL)

Pada suatu awal pembuatan web, suatu halaman memiliki pointer ke halaman web yang lainnya yang memerlukan mekanisme penamaan dan pencarian lokasi halaman yang bersangkutan. Secara khusus, terdapat tiga pertanyaan yang harus dijawab sebelum halaman yang dimaksud ditampilkan, yaitu:

1. Apa nama halamannya?
2. Dimana lokasi halaman itu?
3. Bagaimana halaman itu dapat diakses?

URL memiliki tiga bagian, yaitu : Protokol (pola), nama DNS komputer tempat halaman berada dan nama lokal secara unik mengidentifikasi halaman tertentu.

1.5 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif, dimana penelitian kualitatif ini memandang suatu objek sebagai sesuatu yang dinamis, hasil konstruksi pemikiran dan interpretasi terhadap gejala yang diamati utuh.

Penelitian kualitatif ini juga bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam- dalamnya melalui pengumpulan data secara rinci, perekaman dengan catatancatatan dari bukti dokumen, melaprkan hasil termasuk deskripsi detail, kutipan dan komentar, realitas adalah utuh, serta lebih pada kedalaman daripada keluasan [8].

Pada penelitian kali ini, metode kualitatif digunakan untuk membantu proses identifikasi pada setiap tahapan dalam metodologi pengembangan sistem yang pada akhirnya terbentuk suatu rancangan web E-Commerce jual beli produk industri kreatif secara online yang dapat digunakan untuk mendukung pelaku industri kreatif Kabupaten Banyuwangi dengan mempromosikan produk industri kreatif secara Online.

1.5.1 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Jenis dan metode pengumpulan data yang dilakukan terhadap pelaku industri kreatif banyuwangi yaitu menggunakan data primer dan data sekunder[8].

1. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama, baik dari individu, kelompok, maupun perorangan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data wawancara dan observasi guna mengkaji data-data yang lebih akurat.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat tidak secara langsung dari objek penelitian. Peneliti melakukan

pengumpulan data dengan menyimpan berbagai bentuk dokumen seperti data permintaan barang, nota, data barang yang paling diminati, laporan persediaan barang, bukti pembayaran.

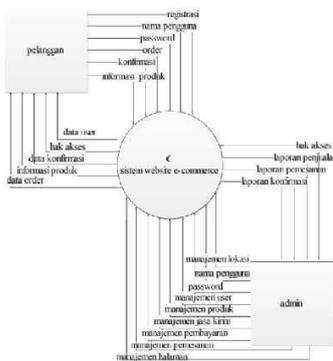
1.5.2 Analisa dan Perancangan aplikasi

Sistem yang dibuat adalah proses jual beli produk industri kreatif Banyuwangi menggunakan website e-commerce. Dengan harapan promosi produk yang dilakukan secara online lebih dikenal secara luas dan dapat memudahkan konsumen untuk melakukan pemesanan dan pembelian barang. Pada website ini, melibatkan 2 pengguna yang memiliki hak akses yang berbeda, antara lain:

1. Admin : Dapat melakukan insert, update, delete dan sebagai kontrol dalam sistem.
2. Konsumen : Dapat melakukan registrasi, pemesanan, pembelian, transaksi melalui website.

1.5.3 Pemodelan Proses Logika Sistem

Pemodelan proses logika sistem digambarkan dengan menggunakan *data flow diagram* atau DFD.



Gambar 1. Data Flow Diagram

1.5.4 Spesifikasi dan Perincian Website

Di bawah ini akan diuraikan fitur – fitur yang akan mendukung Website *e-commerce* sebagai media jual beli online produk industri kreatif di Kabupaten Banyuwangi.

1. About Us
 About Us memuat informasi mengenai website e-commerce ini secara global, visi, misi, dan reputasi serta pengalaman yang dimiliki
2. Produk
 Memuat informasi mengenai produk industri

kreatif banyuwangi yang akan dipromosikan beserta foto – fotonya. Misalnya : kerajinan bambu, kue bagiak dan lain-lain.

3. *Certification and Standardization* (jika ada)
 Segala sertifikasi dan standarisasi yang dimiliki oleh pelaku industri kreatif baik yang berskala nasional, maupun internasional ditampilkan pada halaman ini.

4. Partners
 Nama – nama mitra usaha yang telah lama menjalin hubungan baik dengan industri kreatif banyuwangi akan ditampilkan dalam fitur ini.

5. News and Promotion
 Dalam fitur ini memuat berita – berita atau pengumuman terbaru dari pengelola.

6. Gallery
 Dalam fitur ini memuat gambar – gambar baik liputan acara industri kreatif banyuwangi.

7. Guestbook / Testimony
 Guestbook memuat segala inputan informasi, kritik, dan saran dari para klien, sehingga dapat membantu meningkatkan kinerja. Sedangkan Testimony akan menampilkan pujian dari orang-orang yang pernah mengunjungi website, atau para klien yang pernah menjadi partners.

8. Contact Us
 Contact Us memuat segala informasi mengenai nama, alamat, telepon dan segala sesuatu yang berhubungan dengan contact pengelola.

9. Home
 Home merupakan halaman web yang paling depan / halaman yang pertama kali tampil.

1.5.5 Perancangan Sistem Transaksi

Adapun alur system transaksi adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Alur Sitem Transaksi

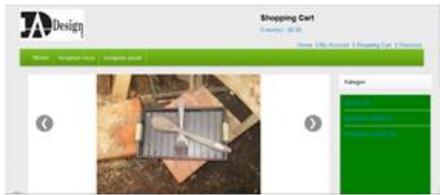
- a. Setelah menemukan barang yang ingin dibeli, maka pembeli bisa langsung melakukan order melalui web-e commerce dan melakukan pembayaran ke rekening web-e commerce

- b. Pihak pengelola Web- e commerce memberikan notifikasi kepada pihak industri kreatif.
- c. Pihak industri kreatif mengirimkan barang yang dipesan ke pembeli. Pembeli bisa melakukan *trace* keberadaan barang sudah sampai mana.
- d. Setelah barang diterima oleh pembeli, maka pembeli melakukan konfirmasi penerimaan barang di web-e commerce.
- e. Jika barang telah terkirim pihak ekspedisi melakukan notifikasi secara otomatis di web ekspedisi. Dan ini dijadikan sebagai penanda oleh pengelola web-e commerce untuk mengirimkan uang ke pihak industri kreatif.

1.5.6. Pembahasan

A. Tampilan Utama

Tampilan awal pada website ini adalah halaman menu utama yang menampilkan beberapa link untuk menuju menu selanjutnya. Untuk mengakses menu utama ini, dapat dilakukan oleh customer yang terdaftar maupun belum.



Gambar 3. Menu Utama

B. Halaman Produk

Halaman Produk menampilkan informasi detail produk. Muncul ketika customer mengklik produk yang ingin dia lihat.



Gambar 4. Halaman Produk

Untuk memesan produk ini, customer tinggal mengisi jumlah yang akan di pesan(quantity) dan memasukkannya ke daftar belanjaan(add to chart).



Gambar 5. Halaman Add to Cart

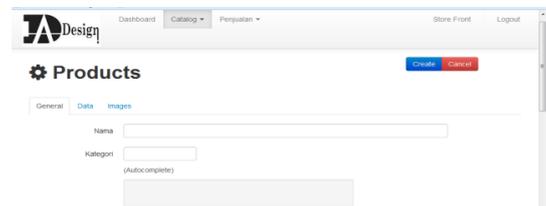
Setelah dimasukkan dalam chart, customer dapat menyaksikan daftar belanja miliknya dengan memasuki halaman shopping chart.



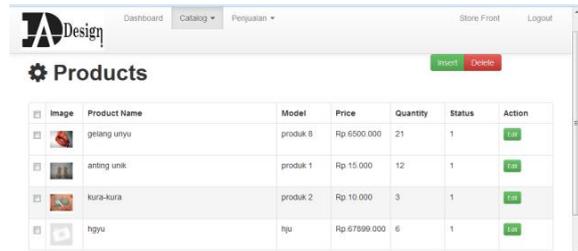
Gambar 6. Halaman Shopping Cart

C. Halaman Input data Barang oleh Admin

Input data barang pada website hanya dapat diakses oleh admin web. Admin harus memasukkan data barang dan spesifikasinya.

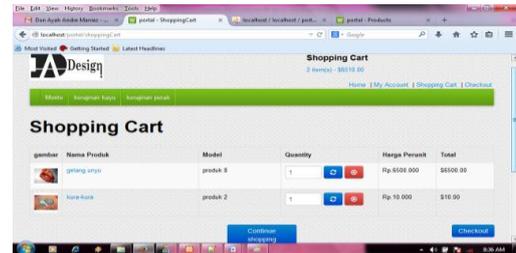


Gambar 7. Halaman Input data Barang



Gambar 8. Halaman Daftar Barang yang telah diinput.

D. Halaman Pemesanan



Gambar 9. Halaman Pemesanan

Shopping chart adalah daftar barang yang dipesan oleh kosutmer. Gambar 9 adalah kostumer telah memilih produk dan memasukkannya ke daftar belanja. Untuk mengakses checkout, customer harus login sebagai akun yang sudah terdaftar, jika belum terdaftar maka halaman checkout tidak dapat di akses.

3. Kesimpulan

Berdasarkan dari penelitian yang telah dibuat, maka kesimpulan yang diambil adalah:

1. Media untuk mempromosikan produk dari pelaku industri kreatif yang lebih efisien dan bisa dibidang lebih murah adalah dengan memanfaatkan internet dengan membangun website yang menampilkan produk-produk dari pelaku industri kreatif.
2. Aplikasi yang dibuat untuk media promosi ini menggunakan aplikasi berbasis web yang membentuk sebuah program dan hanya dapat dijalankan melalui koneksi internet.
3. Untuk menjamin keamanan transaksi, diberikan solusi yaitu adanya admin yang menggaransi transaksi yang dilakukan antara pembeli dengan pelaku industri kreatif. Hal ini diharapkan memberikan kepercayaan bagi pembeli dalam melakukan transaksi lewat internet.

Daftar Pustaka

- [1] Jauhari, Jaidan., "Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Dengan Memanfaatkan E-Commerce", Jurnal Sistem Informasi (JSI), VOL. 2, NO. 1, April 2010 Halaman 159-168, ISSN Print : 2085-1588, ISSN Online : 2355-4614 <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/index>.
- [2] Lesmono, Ibnu Dwi., "Pengaruh Penggunaan E-Commerce Bagi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model", Evolusi Vol.III No.1 Maret 2015 ISSN: 2338-8161.
- [3] Suryohadi., Susrama, I Gede., "Rancang Bangun E-Commerce Untuk Promosi Batik Tulis Jawa Timur Dengan Teknologi Ajax", SCAN VOL. VII NOMOR 3, ISSN : 1978-0087.
- [4] "Bisnis Online", http://id.wikipedia.org/wiki/Bisnis_online.
- [5] Purbo, Onno W., "Mengenal E-Commerce, " PT Elex Media Komputindo, Jakarta, hlm. 2.Prahasta, Eddy, 2005, Sistem Informasi Geografis : Tutorial Arc View, Informatika, Bandung. 2000.
- [6] Suyanto,M., ".Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia, "Yogyakarta 2003.
- [7] Andayani, Farida., dan Febrian, Jack., 2002, Kamus Komputer dan Istilah Teknologi Informasi, Penerbit Informatika Bandung, Bandung.
- [8] Kriyantono, Rachmat. 2008. Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Biodata Penulis

Muhammad Fuad Al Haris, memperoleh gelar Sarjana Teknik (S.T), Jurusan Teknik Elektro Universitas Jayabaya Jakarta, lulus tahun 2004. Memperoleh gelar Magister Teknik (M.T) Program Pasca Sarjana Magister Teknik Elektro Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya, lulus tahun 2012.Saat ini menjadi Dosen di Politeknik Negeri Banyuwangi.

Eka Mistiko Rini, memperoleh gelar Magister Komputer (M.Kom) Program Pasca Sarjana Magister Teknik Informatika Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya, lulus tahun 2012.Saat ini menjadi Dosen di Politeknik Negeri Banyuwangi.