



Analisa Sistem e-Commerce Pada Perusahaan JNE - Indonesia

Tubagus Ahmad Darajat

Universitas Singaperbangsa Kerawang, Jawa Barat, Indonesia

Email: bagus2m@gmail.com

Abstrak

Teknologi pada saat ini sangatlah berpengaruh dalam membantu manusia dalam kehidupan sehari-hari baik dalam aktivitas rumah tangga, industri maupun pribadi. E-Commerce adalah kegiatan jual dan beli via online yang dipasarkan melalui situs online, Media sosial atau web site. JNE merupakan perusahaan terbesar di Indonesia dalam jasa pengiriman barang yang mendapatkan keuntungan besar karena adanya E-Commerce, Karena semakin banyak masyarakat yang menggunakan internet semakin besar peluang perusahaan membuat E-Commerce dan salah satunya JNE membuat E-Commerce dalam ruang lingkup jual beli makanan dalam bentuk Website dengan judul PESONA (Pesanan Oleh-Oleh Nusantara) yang bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam membeli oleh-oleh atau jajanan makanan khas dari setiap penjuru Nusantara di Indonesia.

Kata Kunci: Analisa Sistem, E-Commerce, JNE PESONA

Abstract

Technology at this time is very influential in helping humans in their daily lives both in the household, industrial and personal activities. E-Commerce is an online buying and selling activity that is marketed through online sites, social media or web sites. JNE is the largest company in Indonesia in freight forwarding services that gets a big profit because of E-Commerce, because the more people who use the internet the greater the chance for companies to make E-Commerce and one of them JNE makes E-Commerce within the scope of buying and selling food in Website form with the title PESONA (Souvenir Order) which aims to facilitate the public in buying souvenirs or snacks typical food from every corner of the archipelago in Indonesia.

Keywords: Systems Analysis, E-Commerce, JNE PESONA

1. PENDAHULUAN

Penggunaan manfaat dengan adanya teknologi dalam bidang peningkatan perniagaan telah berkembang dengan sangat cepat dan meluas melalui beberapa perubahan yang sangat signifikan dari bentuk digitalisasi, liberalisasi informasi dan mobilitas modal, kemudahan berniaga dalam era modern saat ini membuat konsumen lebih hemat waktu, tenaga bahkan uang karena mekanisme proses niaga ataupun transaksi jual beli barang, Produk atau pun jasa semuanya sudah berlangsung secara online dari pemasaran produk, pemesanan produk dan transaksi uang, hal ini bias dilakukan karena adanya suatu sistem yang biasa disebut dengan sistem E-Commerce atau jual beli online dan saat ini sudah banyak contoh perusahaan e-Commerce terkemuka di Indonesia seperti Lazada, Shopee, Jual Beli.com, Blibli, Buka Lapak dan banyak lainnya[1].

PT JNE merupakan Perusahaan jasa pengiriman barang terbesar yang ada di Indonesia, berkembang pesatnya JNE saat ini tidak terlepas dari kegiatan jual beli online yang meningkat sejak tahun 2005 hingga saat ini, ramainya transaksi jual beli online membuat pelaku kegiatan usaha memerlukan pihak ketiga sebagai perantara pengiriman dan penerimaan barang yang telah dipasarkan di Jaringan Internet, sehingga membuat perusahaan-perusahaan jasa pengiriman barang mengambil kesempatan sebesar-besarnya dalam pemanfaatan fenomena masyarakat yang lebih cenderung melakukan transaksi jual beli online yang dianggap lebih efektif dan mudah dalam pembelian barang yang diinginkan dan pemasaran produk tanpa memikirkan harus menyewa tempat untuk dapat berjualan dagangannya. PT JNE juga membuka Peluang usaha bagi masyarakat yang ingin memasarkan produk makanan, Minuman dan Kerajinan Tangan masyarakat seluruh Indonesia dengan Membuat sistem e-Commerce dalam bidang transaksi makanan dengan menggunakan website yang diberi nama PESONA (Pesanan Oleh-oleh Nusantara) yang bertujuan seperti membuka jalan simbiosis mutualisme yang berarti dapat menguntungkan satu sama lain dengan cara pihak perusahaan JNE membuat Website Jual Beli Oleh-Oleh atau Buah Tangan berupa makanan, Minuman dan Kerajinan Tangan Online untuk membantu masyarakat memasarkan produk makanan, Minuman dan Kerajinan Tangan yang mereka miliki dengan gratis dan pihak JNE hanya mendapatkan *cash back* dari penjual online untuk yang mengirim makanan yang telah dipesan secara online[2].

Sejak adanya Teknologi e-Commerce banyak hal positif dan negatifnya yang dihadapi oleh pelaku transaksi online, dalam hal ini sudah banyak masyarakat pemilik usaha makanan, Minuman dan Kerajinan Tangan yang sudah memasarkan dagangannya di layanan website Pesona JNE karena tidak lepas pula dari upaya pihak jne yang selalu mengadakan workshop dan kerja sama dalam kegiatan sosialisasi untuk memperkenalkan layanan Pesona tetapi masih banyak juga sebagian masyarakat khususnya daerah kota medan yang masih belum mengetahui adanya sistem e-Commerce berbasis website yang telah dibuat oleh perusahaan Jne upaya membantu masyarakat dalam pengembangan pemasaran produk secara global yang sebelumnya sudah lulus dari pengujian dan sertifikasi halal dari Badan Pengawasan Obat dan Makanan dan Layak Konsumsi dengan label Halal yang sah.



Maka dari itu penulis mengharapkan dengan adanya penelitian ini masyarakat dapat mengetahui lebih jauh tentang website dari jne pesona dan dengan adanya penelitian ini lebih meningkatkan penghasilan dan meningkatkan hasil dari yang ingin di capai oleh tujuan adanya e-commerce yang dibuat oleh pihak perusahaan JNE.

Tujuan dan manfaat dari penelitian ini adalah memeperkenalkan dan melihat sistem yang dapat memberikan kemudahan untuk mengenalkan seluruh produk jajanan khas yang ada di Nusantara serta upaya peningkatan hasil penjualan makanan yang dipasarkan masyarakat melalui pesona JNE.

2. METODE PENELITIAN

2.1 e-Commerce

e-Commerce adalah kepanjangan dari electronic commerce yaitu perniagaan atau perdagangan barang/jasa yang dilakukan melalui elektronik, e-commerce juga merupakan salah satu bagian dari e-business dimana biasanya seseorang yang ingin berbelanja secara online pasti ingin mencari tahu informasi atau memeriksa barang-barang yang dipasarkan dan sebelum ingin berbelanja online seorang pembeli harus memiliki sebuah infrastruktur atau teknologi dan internet untuk mengakses sebuah webstore, toko online seperti lazada,shope, bli bli, olx dan lainnya. Sedangkan disisi pendagang atau penyedia jasa e-commerce biasanya memita informasi pembeli atau konsumen sebelum melakukan transaksi agar tidak terjadi hal ynag tidak diinginkan (Laudon & Traver, 2013). E-commerce atau electronic Commerce menggambarkan secara menyeluruh proses pembelian, penjualan, pertukaran barang, transfer melalui komputer dan jaringan internet[3].

2.2 Website dan Situs Web

Laudo berpendapat bahwasannya *website* adalah layanan yang ada dinternet yang paling terkenal. Web merupakan suatu sistem yang memiliki standar-standar yang diterima secara yang universal untuk mengambil,menyusun, menampilkan dan menyimpan sebuah informasi di dalam sebuah lingkungan jaringan dan informasi yang disimpan tersebut nantinya akan ditampilkan sebagai halama elektronik berupa teks, gambar, grafis, animasi, video dan suara[4].

2.3 UML

Secara umum UML merupakan ‘bahasa’ untuk sebuah data visualisasi, spesifikasi, konstruksi, dan juga dokumentasi. Dalam pembentukan rangka visualisasi, para peneliti menggunakan UML sebagai cara untuk mengkomunikasikan suatu gagasan atau idenya kepada para pemrogram serta calon pengguna sistem atau *software*. Dengan adanya UML yang bersifat standar, komunikasi perancangan dengan pemrogram (lebih tepat lagi, komunikasi antaranggota kelompok pengembangan) serta calon pengguna diharapkan menjadi mulus[5].

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

2.3 Analisis SWOT

Berdasarkan hasil analisis berupa wawancara dan pengamatan langsung pada PT JNE dengan layanan Produk yang mereka miliki berupa e-commerce berbasis website yang bernama PESONA (Pesanan Oleh-Oleh Nusantara) dapat dilihat perkembangan yang ada pada website yang Terjadi saat ini. analisa SWOT adaalah singkatan dari Strength (Kekuatan), Weakness(Kelemahan), Opportunity(Kesempatan), Threat (Ancaman). Analisis ini memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi data berupa faktor luar (eksternal) dan faktor dalam) internal, berikut ini merupakan Matriks identifikasi SWOT yang di dapat dari analisa[6].

Tabel 1. Identifikasi SWOT Terhadap e-Commerce

Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>weakness</i>)	Peluang (<i>opportunity</i>)	Ancaman (Threat)
1. Banyak aneka produk yang dimiliki dan kualitas yang baik.	1. Sedikitnya masyarakat yang tahu karena kurangnya promosi	1. Meningkatkan jumlah meber dan <i>customer</i>	1. Adanya pesaing dengan layanan jenis produk yang sama
2. Riset dan Delpopmen yang memadai	2. Hubungan dengan member dan pelanggan belum berjalan dengan baik	2. Mengembangkan jangkauan pasar global	2. Semakin tidak tahu masyarakat terhadap adanya e-commerce Pesona yang di sediakan oleh pihak
3. Harga Produk Yang Bervariasi.			
4. Komunikasi yang aktif			



- | | |
|--|-----|
| 5. Sistem up to date | JNE |
| 6. Produk yang berstandar baik dan halal | |
| 7. Pengiriman yang sudah disediakan | |

Berikut ini merupakan strategi yang dapat dikembangkan dengan menggunakan analisis SWOT

Tabel 2. Strategi SWOT

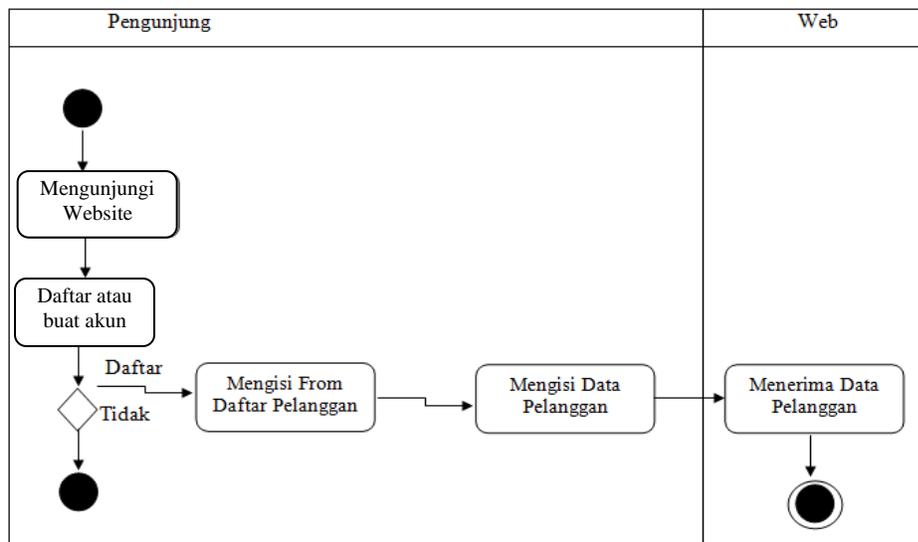
Strategi O-W	Strategi O-S	Strategi T-W	Strategi T-S
1. Memperbaiki fasilitas yang dimiliki oleh website e-commerce	Mengikuti workshop, seminar, pargelaran untuk	Meningkatkan rasa kebersamaan dan kenyamanan yang baik kepada customer agar kerja sama terus berjalan dengan baik	Memperbaiki kualitas dan kuantitas produk yang dimiliki
2. Membuat browser dan catalog online	mempromosikan dan mengajak bekerja sama masyarakat yang memiliki produk-produk yang berkualitas		

2.4 Tampilan Activity Diagram

Berikut ini merupakan tampilan gambaran activity diagram dari penjualan online pada website

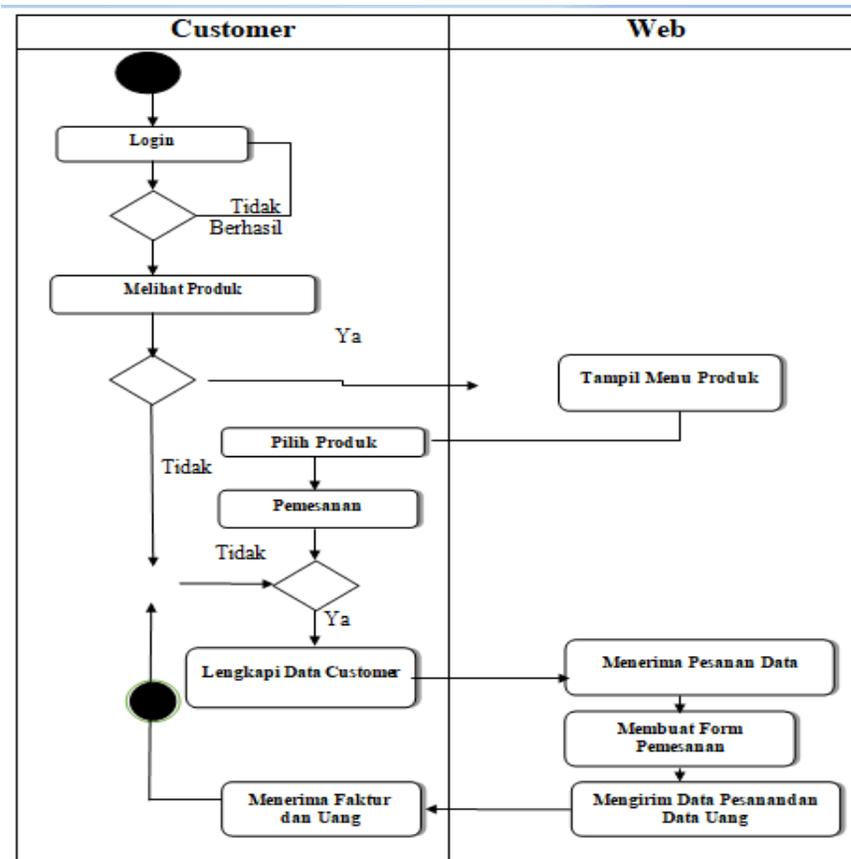
1. Tampilan Pendaftaran
Sebelum bias bertransaksi di website JNE Pesona, kita harus mendaftar terlebih dahulu[7].

Tabel 3. Activity diagram Pendaftaran



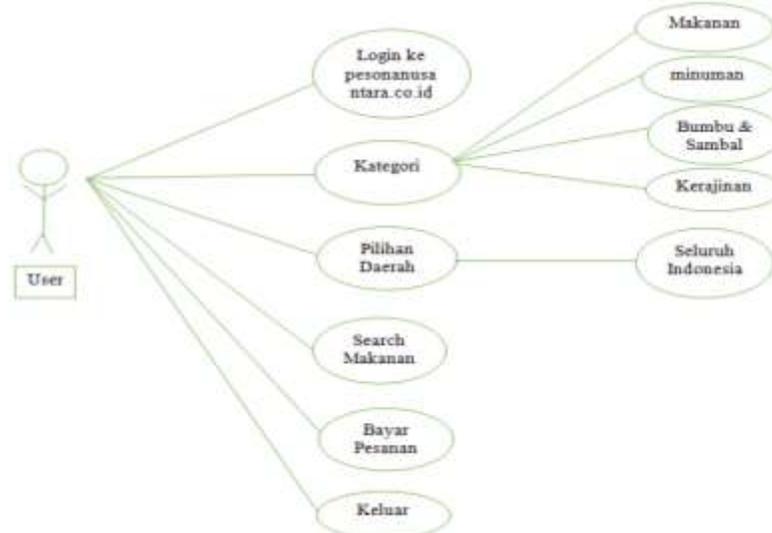
2. Tampilan Pemesanan
setelah melakukan pendaftaran pada website jne Pesona maka kostumer atau masyarakat dapat memilih atau memesan suatu produk yang akan dipesan sesuai dengan keinginan masing-msing kostumer, seperti pada gambar berikut ini

Tabel 4. Activity Diagram Tampilan Pemesanan



2.5 Tampilan Use Case Diagram

Berikut ini merupakan tampilan dari use case diagram dari User terhadap website Jne Pesona Nusantara.



Gambar 1. Use Case diagram user terhadap website Peson

2.6 Tampilan Dari Website JNE Pesona

1. Tampilan Pruduk & Layanan JNE

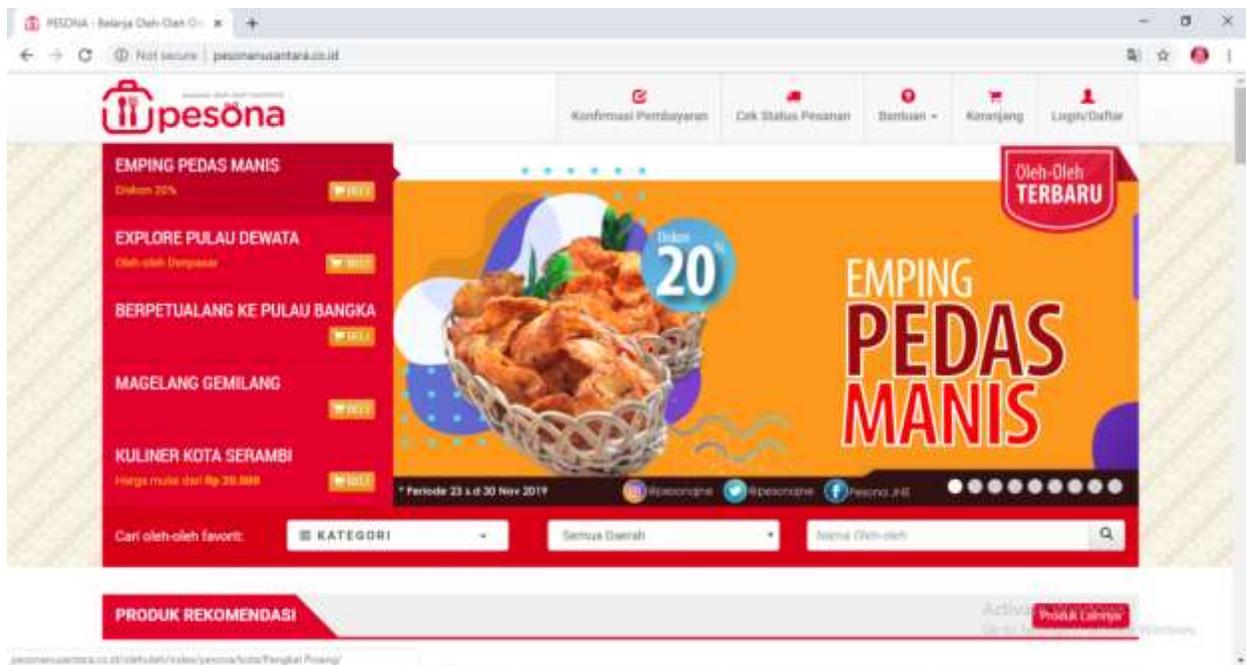
Tampilan dibawah ini merupakan tampilan awal yang ada pada layanan Jne Express dan Pesona (Pesanan Oleh-Oleh Nusantara) merupakan produk yang ditawarkan oleh pihak perusahaan JNE terhadap masyarakat luas[8].



Gambar 2. Tampilan dari Produk & Layanan JNE

2. Tampilan Awal Webstite PESONA

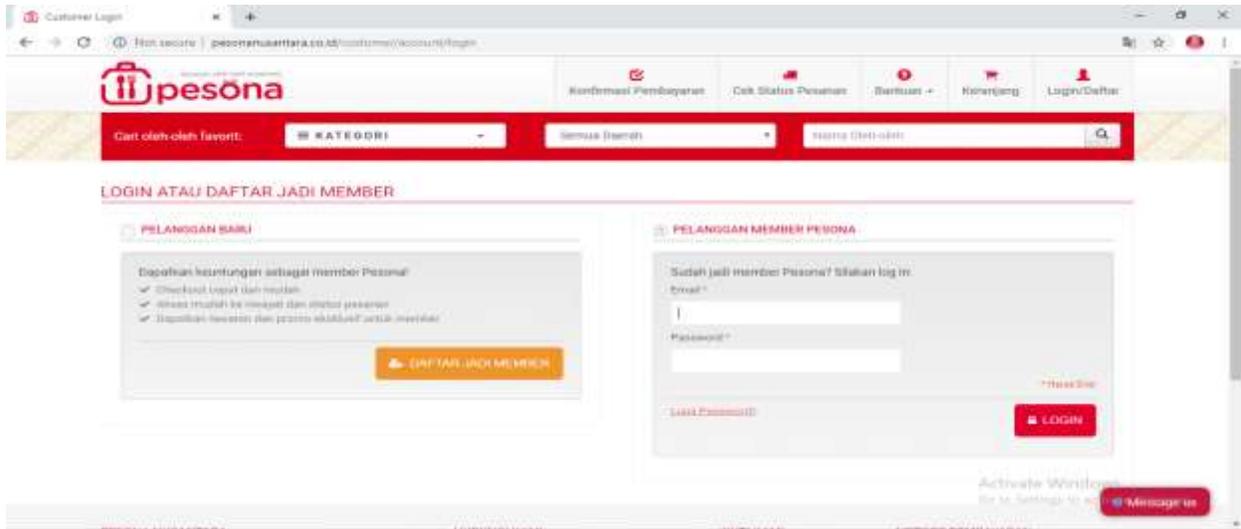
Setelah memasukan alamat link website pesona yang tertera pada Produk & Layanan yang ada pada JNE Express berikut ini merupakan tampilan awal dari website PESONA[9].



Gambar 3. Tampilan awal website PESONA

3. Tampilan Login atau Daftar

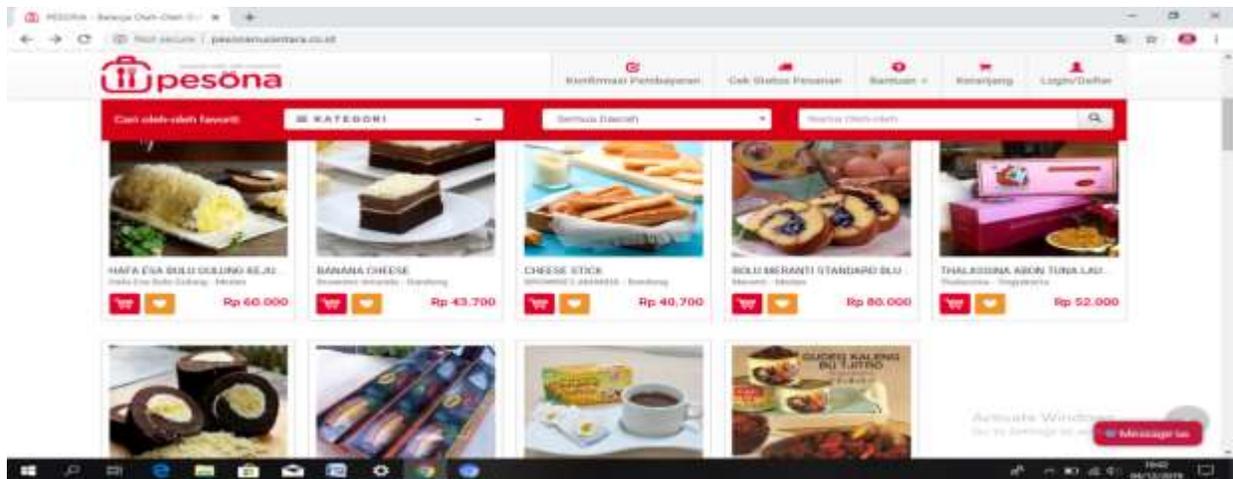
Sebelum bisa belanja atau transaksi disebuah sistem e-commerce tentunya harus seorang *customer* harus memasukan data terlebih dahulu agar mempermudah proses dalam transaksi online, berikut ini merupakan tampilan login atau daftar sebagai member di website Pesona



Gambar 4. Tampilan Login atau Daftar

4. Tampilan Menu Pemesanan

Tampilan berikut ini merupakan tampilan menu-menu yang dapat dipesan pada sebuah website Pesona



Gambar 5. Tampilan Menu Pemesanan

4. KESIMPULAN

Adanya analisa SWOT dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, yang akan dikembangkan untuk kemajuan yang akan dicapai bersama dan diminimalisirkan hal-hal buruk yang akan terjadi. Perancangan e-commerce yang disediakan oleh perusahaan JNE berupa Website PESONA (Pesanan Oleh-Oleh Nasional) merupakan website jual beli yang berisikan makanan, minuman-oleh-oleh khas daerah diseluruh nusantara dan banyak aneka ragam yang dapat kita temui didalamnya, sebelum bisa mendapatkan barang-barang atau makanan daerah yang kita inginkan terlihat dahulu harus melakukan pendaftaran atau login pada website pesona, setelah itu baru bisa melakukan transaksi secara online yang nantinya barang-barang yang sudah dipesan akan sampai pada keranjang pemesanan dan akan diantarkan kepada yang sebelumnya sudah diisikan pada saat pendaftaran member baru, barang yang sudah dipesan akan diproses dan diantar melalui perusahaan JNE itu sendiri.

REFERENCES

- [1] Z. R. Anandhita, "ANALISIS ATAS DESAIN WEBSITE ECOMMERCE PADA ZGS GAME SHOP (Studi Kasus Pengguna Website Pada Mahasiswa Di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)," *J. Adm. Bisnis*, vol. 9, no. 1, 2014.
- [2] S. Kosasi, "Perancangan Sistem E-Commerce Untuk Memperluas Pasar Produk Oleh-Oleh Khas Pontianak," *Snastia*, vol. 2015, no. Oktober, pp. 110–119, 2015.



- [3] T. Efrain and V. D. Lee Jae, King David, *Electronic Commerce A Managerial Perspective*. prentice Hall, 2004.
- [4] L. J. P. Laudon K P, *Essentials of Business Information Systems*, 7th ed. Prentice Hall, 2006.
- [5] Widodo, P. Pudjo, and Herlawat, *Unified Modelling Language (UML)*. 2011.
- [6] Robinson Pearce, *Manajemen Strategik Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*, Jilid 1. binarupa Aksara, 1996.
- [7] Munawar, *Pemodelan Visual Dengan UML*. 2007.
- [8] JNE, "Pesona Pesanan Oleh-Oleh Nusantara," *JNE*, 2015. [Online]. Available: <https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/pesona-pesanan-oleh-oleh-nusantara>.
- [9] JNE, "Pesona Nusantara," *JNE*, 2015.