

## BUILD A BUSINESS TO CUSTOMER ONLINE STORE USING AIRZONE CONTENT MANAGEMENT SYSTEM

Untung Rahardja<sup>1</sup>  
Qurotul Aini<sup>2</sup>  
Desi Sartika<sup>3</sup>

*e-mail: untung@raharja.info, aini@raharja.info, desisartika@raharja.info*

Diterima : 06 November 2014 / Disetujui : 26 November 2014

### ABSTRACT

*Current world trade are no longer constrained by space and time. Human mobility is high demanding world trade is able to provide goods and services quickly in accordance with the request of the consumer. Advances in technology and a growing current of information increasingly make online sites provide such services in various fields, especially in the business world that leads to an online transaction activity. Online transactions is better known under the name of e-Commerce that links between the B2B, B2C, C2B, and P2P. Airzone is one form of a system that uses e-commerce as a medium to conduct business in the world of the internet by using the methodology of B2C. Internet users are growing in Indonesia, making the e-Commerce is increasingly required by the company to continue to develop its business activities. Thus Airzone is present in the world of e-commerce is to be able to update the implementation of e-commerce in favor of a business. E-commerce in the world of technology is important in running the buying and selling of companies and organizations, so that the existence of a system of e-commerce makes it easy for businesses to address the assessed transaction activity is still less effective and efficient. So that it can serve as a means of airzone for product development, promotion, online transactions, product delivery and after sales support that will mutually support each other to gain revenue and profit are better.*

*Keywords : airzone, e-Commerce, B2C*

### ABSTRAK

Saat ini dunia perdagangan tidak lagi dibatasi dengan ruang dan waktu. Mobilitas manusia yang tinggi menuntut dunia perdagangan mampu menyediakan layanan barang dan jasa dengan cepat sesuai dengan permintaan konsumen. Kemajuan teknologi dan informasi yang berkembang saat ini semakin membuat situs-situs online menyediakan layanan tersebut dalam berbagai bidang, khususnya dalam dunia bisnis yang mengarah pada kegiatan transaksi secara online. Transaksi online ini lebih dikenal dengan nama e-Commerce yang menghubungkan antara B2B, B2C, C2B, dan P2P. Airzone adalah salah satu bentuk sistem yang menggunakan e-commerce sebagai media untuk melakukan bisnis dalam dunia internet dengan menggunakan metodologi B2C. Pengguna internet yang terus bertambah di Indonesia, membuat e-Commerce semakin dibutuhkan oleh perusahaan untuk terus mengembangkan kegiatan bisnisnya. Maka dari itu Airzone hadir dalam dunia e-commerce ini untuk dapat mengimplementasi e-commerce dalam mendukung suatu bisnis. E-commerce dalam dunia teknologi menjadi hal penting dalam menjalankan transaksi jual beli bagi perusahaan dan organisasi, sehingga dengan adanya sistem e-commerce akan memudahkan pebisnis untuk mengatasi masalah kegiatan transaksi yang dinilai masih kurang efektif dan efisien. Sehingga airzone dapat dijadikan sebagai sarana untuk pengembangan produk, promosi, transaksi online, product delivery dan after sales support yang akan saling mendukung satu dengan yang lainnya untuk memperoleh revenue dan profit yang lebih baik.

Kata kunci: airzone, e-Commerce, B2C

## PENDAHULUAN

Teknologi informasi terus berkembang sesuai dengan kebutuhan dan kegiatan organisasi atau perusahaan dalam menghadapi persaingan yang begitu ketat. Dengan adanya sistem komputerisasi dapat mendukung dalam peningkatan mutu pelayanan suatu organisasi sehingga dapat meningkatkan perkembangan organisasi tersebut.

Kemajuan teknologi informasi yang begitu cepat tentu saja tidak bisa diserap dengan mengandalkan cara - cara atau perangkat - perangkat yang masih kuno dan serba manual saja, kegunaan komputer sangat penting dalam memberikan suatu kemudahan dalam mengakses hal - hal yang memerlukan media komputer dan merupakan alat bantu yang baik dalam memperbaiki sistem yang belum optimal.



*Gambar 1. Perkembangan Teknologi Informasi*

Pemanfaatan teknologi informasi oleh organisasi atau perusahaan secara garis besar bertujuan untuk memudahkan pelaksanaan proses bisnis dan meningkatkan kemampuan kompetitif. Melalui teknologi informasi, diharapkan proses bisnis perusahaan dapat dilaksanakan lebih mudah, cepat, efisien dan efektif. Penggunaan teknologi jaringan didalam suatu organisasi

ataupun perusahaan menjadi hal yang biasa. Didalam suatu sistem jaringan sekarang ini banyak organisasi ataupun perusahaan yang telah menerapkan sistem e-commerce untuk suatu pemanfaatan proses bisnis di dunia internet.

E-commerce adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik yang dilakukan melalui internet dimana website digunakan sebagai wadah untuk melakukan proses transaksi jual beli.

**Klasifikasi E-Commerce**

Ada 4 ( Empat ) klasifikasi E-Commerce menurut pola interaksi atau transaksi yaitu :

### **1. Consumer-to-Business ( C2B )**

Model E-Commerce dimana individu menggunakan Internet untuk menjual produk atau jasa kepada perusahaan atau individu, atau untuk mencari penjual atas produk atau jasa yang diperlukannya.

### **2. Business-to-Consumer ( B2C )**

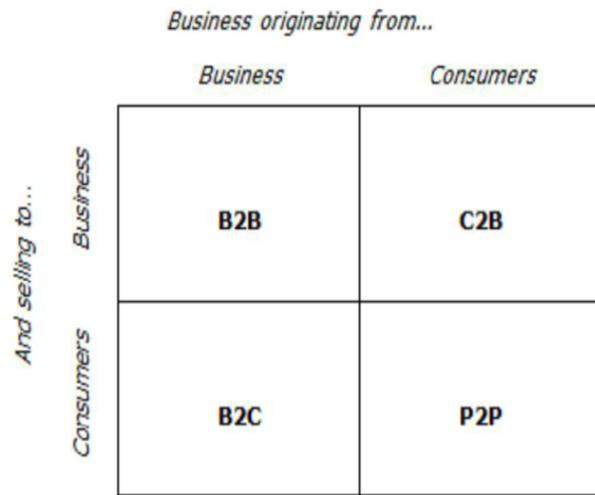
Transaksi E-Commerce terjadi antara perusahaan/bisnis dengan konsumen individual.

### **3. Business-to-Business ( B2B )**

Transaksi E- Commerce yang dapat terjadi antara dua organisasi diantara aktifitas lainnya, yang meliputi pembelian, pengadaan, pengendalian inventory, penjualan, pembayaran, pelayanan serta dukungan.

### **4. Peer-to-Peer ( P2P )**

Transaksi E- Commerce yang mencakup transaksi antara beberapa atau lebih konsumen. Pertukaran tersebut dapat meliputi keterlibatan 3 bagian konsumen.



*Gambar 2. Empat Klasifikasi Dalam E-Commerce*

Gambar diatas, merupakan gambaran empat klasifikasi dalam e-commerce. Dimana didalam keempat klasifikasi e-commerce ini menjelaskan bagaimana masing - masing dari klasifikasi ini saling berhubungan dalam suatu proses transaksi e-commerce. Proses transaksi yang pada klasifikasi B2B, B2C, C2B, dan P2P terlihat jelas bahwa suatu proses bisnis yang terjadi sangat terorganisasi saat berinteraksi. E-commerce juga mempunyai keunggulan bagi organisasi atau perusahaan seperti perusahaan dapat memiliki pasar internasional. Berkurangnya kendala dalam inovasi. Biaya telekomunikasi yang murah. Batasan waktu kerja dapat diatasi. Digitalisasi proses dan produk

Untuk itu, proses bisnis yang dilakukan dalam sistem e-commerce, merupakan langkah praktis yang dilakukan banyak kalangan saat ini. Bagi instansi tertentu proses transaksi cepat, mudah dan aman.

## PERMASALAHAN

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat, membuat para pelaku bisnis befikir keras untuk dapat memasarkan usaha dagang mereka agar dapat dikenal oleh

masyarakat luas. Hal ini diikuti pula dengan berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi yang menyebabkan perubahan dalam budaya sehari - hari. Dengan adanya desakan seperti ini membuat para pelaku bisnis mau tidak mau harus menggunakan media elektronik untuk dapat memasarkan produk mereka secara meluas, kegiatan ini dikenal dengan e-commerce. Masyarakat yang pada awalnya berbelanja secara tradisional yaitu artinya berbelanja masih secara manual, harus menghadapi kemacetan di jalan saat ingin mengunjungi suatu pusat perbelanjaan, belum lagi harus mengeluarkan biaya transport untuk masyarakat yang menggunakan kendaraan umum hanya untuk mendapatkan barang yang belum tentu dibeli dan hanya sekedar memanjakan mata dengan melihat - lihat produk yang ditawarkan pada pusat perbelanjaan yang akan dikunjungi. E-commerce hadir dalam perkembangan teknologi sekarang ini dan pada akhirnya kegiatan transaksi ini beralih secara online dengan mengikuti perkembangan dunia teknologi dan informasi.

E-commerce memiliki banyak keunggulan terlebih untuk proses transaksi organisasi atau perusahaan saat ini. Namun diantara keunggulan itu, e-commerce juga memungkinkan suatu sistem menjadi lebih kompleks bagi perusahaan sampai konsumen, karena banyaknya kelemahan yang dimiliki sistem e-commerce mulai dari sisi keamanan, biaya, kesenjangan sosial, waktu, dan sampai persaingan yang tidak sehat. Dalam hal kepercayaan pun menjadi permasalahan dalam ecommerce ini. Kepercayaan adalah modal awal bagi masing - masing pihak penjual dan pembeli dikarenakan dalam proses ecommerce ini pada umumnya belum mengenal pribadi satu sama lain. Dan juga hukum yang kurang berkembang dalam bidang e-commerce, hal ini merupakan salah satu penyebab konsumen merasa ragu-ragu untuk melakukan transaksi pembelian hal ini dikarenakan pihak penjual atau perusahaan

tidak memberikan perlindungan atau jaminan terhadap konsumen yang melakukan transaksi. Hal ini juga ditunjang dengan belum adanya regulasi yang tepat sasaran yang menjamin system transaksi dalam e-commerce. Dalam hal ini pemerintah sekarang diharapkan lebih proaktif untuk melihat persoalan ini dengan mengembangkan regulasi yang sudah ada agar perlindungan hak – hak konsumen dalam e-commerce dapat terjamin.

Dari penjelasan di atas, dapat dirumuskan beberapa permasalahan yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana konsep e-commerce yang berjalan?
2. Bagaimana menerapkan konsep e-commerce pada airzone agar efektif dan efisien?
3. Apakah airzone efektif dijadikan sistem e-commerce?

## LITERATURE REVIEW

Banyak penelitian yang sebelumnya dilakukan mengenai e-commerce. Dalam upaya pengembangan e-commerce ini perlu dilakukan studi pustaka sebagai salah satu dari penerapan metode penelitian yang akan dilakukan. Diantaranya adalah mengidentifikasi kesenjangan (identify gaps), menghindari pembuatan ulang (reinventing the wheel), mengidentifikasi metode yang pernah dilakukan, meneruskan penelitian sebelumnya, serta mengetahui orang lain yang spesialisasi dan area penelitiannya sama di bidang ini. Beberapa Literature review tersebut adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan oleh Fauzi Hermawan, Risnandar, ST.,MT dan Tora Fahrudin dari Politeknik Bandung yang berjudul “Aplikasi E-commerce Untuk Factory Outlet ”. Penelitian ini membahas mengenai pembuatan website ecommerce

dengan menggunakan metode Waterfall dan menyediakan reporting pada setiap transaksi. Penelitian ini bermula dari adanya jangkauan bisnis dan target bisnis yang sangat luas. Menjadikan bisnis online yang dijalankan factory outlet dengan nama CV. BlackJack ini semakin hari semakin meningkat proses bisnis nya dan juga semakin besar. Untuk mempermudah dan memperlancar proses transaksi secara online ( e-commerce ). Dengan e-commerce, dapat menyediakan produk dan melakukan transaksi secara online[1].

2. Penelitian ini dilakukan oleh Rara Sri Artati Rejeki, Agus Prasetyo Utomo, dari Universitas Stikubank dan Stefiana Sri Susanti tahun 2011 berjudul “Perancangan dan Pengaplikasian Sistem Penjualan pada “Distro Smith” Berbasis E-Commerce”. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SDLC (System Development Life Cycle) dan software yang digunakan untuk merancang dan mendesain Aplikasi E-commerce yaitu bahasa pemrograman PHP, text editor Macromedia Dreamweaver 8, Database MySQL dan Adobe Photoshop CS4. Aplikasi ini juga dapat menghasilkan informasi produk yang dijual, serta menyajikan laporan-laporan yang ditujukan kepada pimpinan (manajer) diantaranya: laporan produk, laporan member, laporan order, dan laporan penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat rancangan aplikasi e-commerce berbasis web menggunakan PHP dan MySQL pada studi kasus distro ”SMITH”. Untuk membuat suatu rancangan aplikasi E-commerce sehingga memudahkan konsumen

- untuk mendapatkan barang yang diinginkan tanpa harus datang langsung ke distro serta mempermudah konsumen dalam melakukan proses transaksi secara online. Memudahkan customer dalam mengetahui produk apa saja yang ditawarkan oleh distro smith tanpa harus datang langsung ke distro tersebut[2].
3. Penelitian ini dilakukan oleh Dewi Shanti Nugrahani dari STIE Rajawali Purworejo yang berjudul "E-Commerce Untuk Pemasaran Produk Usaha Kecil Dan Menengah" tahun 2011. Penelitian ini membahas tentang penggunaan Teknologi Informasi E-Commerce yang digunakan oleh pelaku Usaha Kecil dan Menengah ( UKM ) . E - commerce adalah salah satu metode yang digunakan oleh pelaku Usaha Kecil dan Menengah ( UKM ) untuk memasarkan produk mereka . Dengan menggunakan e -commerce , pemasaran Kecil dan Menengah (UKM ) produk bisa meluas sehingga Usaha Kecil dan Menengah ( UKM ) dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar [3].
  4. Penelitian yang dilakukan oleh Ditya Banu Handita, Umar, Umi Fadlillah yang berjudul "Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada Usantex" tahun 2013 ini, diusulkan adanya pembaharuan sistem lama kedalam sistem yang baru dengan berbasis teknologi komputer. Penelitian ini bertujuan menyusun sebuah sistem E-commerce yang terpadu. Pembaharuan ini diharapkan proses pemasaran produk dan proses penjualan secara online di USANTEX menjadi lebih praktis dengan menggunakan PHP MySQL sebagai databasenya, Macromedia Dreamweaver 8 sebagai editor HTM dan CorelDraw sebagai image editor[4].
  5. Penelitian yang dilakukan oleh Elizaandyni Ginting yang berjudul "Aplikasi Penjualan Berbasis Web ( E-Commerce ) Menggunakan Joomla Pada Mutiara Fashion" tahun 2013 ini, diusulkan untuk perbaikan sistem menggunakan website. Sistem penjualan yang lama masih menggunakan jejaring sosial Facebook yang hanya menampilkan foto / gambar product dan harganya saja. Untuk sistem yang baru akan dibuatkan website untuk Mutiara Fashion agar memudahkan konsumen dan masyarakat umum untuk mengetahui informasi produk yang ada di Mutiara Fashion, cukup dengan membuka website, informasi produk Mutiara Fashion dapat dilihat dengan baik dan jelas. Aplikasi Website Mutiara Fashion ini dibangun dengan menggunakan UML ( Unified Modeling Language ). Joomla aplikasi untuk membaca bahasa pemrograman Website, MySQL untuk Database, dan PHPMyAdmin sebagai tools untuk mengelola database berbasis web[5].
  6. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Maryama yang berjudul "Peningkatan Ecommerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha" dari STIE Ahmad Dahlan Jakarta tahun 2013 ini, diusulkan untuk meningkatkan daya saing dan mengkaji motif apa saja yang mendorong pelaku usaha menggunakan e-commerce selain itu juga untuk meninjau manfaat bagi pelaku usaha dan mengkaji hambatan yang dialami pelaku usaha dalam menerapkan e-commerce. Motif para pelaku usaha menerapkan e-commerce adalah mengakses pasar

global, mempromosikan produk, membangun merk, mendekatkan dengan pelanggan, membantu komunikasi lebih cepat dengan pelanggan, dan juga dalam rangka memuaskan pelanggan. Sedangkan manfaat yang didapat para pelaku usaha menerapkan e-commerce adalah meningkatkan omzet penjualan, meningkatkan jumlah pelanggan, sebagai sarana promosi, dan dapat memperluas bisnis[6].

7. Penelitian yang dilakukan oleh Henderi, Untung Rahardja, dan Muhammad Yusup yang berjudul "Sistem Data Warehouse dan Data Mining Sebagai Pengukur Kinerja Enterprise" tahun 2011 ini, diusulkan untuk membangun sistem informasi yang menerapkan konsep dan cara kerja data warehouse dan data mining yang dapat dijadikan sebagai tools pengukur kinerja enterprise. Metodologi pengembangan sistemnya menggunakan metode system development life cycle (SDLC) [7].
8. Penelitian yang dilakukan Iyas yang berjudul "Implementasi Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce Pada Usaha Rumahan Griya Unik Wanita" tahun 2011 ini, diusulkan untuk perbaikan dalam sistem transaksi yang dilakukan secara online. Dan juga diusulkan untuk melakukan pembayaran menggunakan sistem transfer memakai kartu kredit yang pada awalnya hanya bisa menggunakan sistem COD ( Cash On Delivery ) pada awalnya sistem ini masih belum terkomputerisasi sehingga proses dari pemasukan data, proses transaksi, penyimpanan data sampai pembuatan laporan dilakukan secara manual[8].
9. Penelitian dalam sebuah Jurnal Telematika M.Kom yang dilakukan

oleh Joko Sutrisno dari universitas Budi Luhur yang berjudul "Strategi Pengembangan Teknologi E-Commerce Dengan Metode SWOT : Studi Kasus: PT. Chingmix Berhan Sejahtera" tahun 2011 ini, diusulkan untuk memperbaiki dan mengembangkan situs E-Commerce yang lebih baik, menambah jumlah forum komunitas, meningkatkan jumlah nilai penjualan, dan meningkatkan pangsa pasar dalam dan luar negeri (negara tujuan)[9].

10. Penelitian yang dilakukan oleh Jauharul Maknunah dari STMIK PPKIA Pradnya Paramita Malang tahun 2013 berjudul "Tantangan Bisnis Dalam E-commerce di Indonesia Pada Era Informasi". Penelitian ini menyatakan bahwa E-Commerce merupakan kebutuhan esensial saat ini dalam dunia bisnis global, dan sebagai penunjang dalam pengembangan pasar, meningkatkan efisiensi, dapat menekan biaya, serta memberikan akses yang lebih luas bagi partner dan pelanggan perusahaan Anda. Kehadiran e-commerce sebagai media transaksi baru ini tentunya menguntungkan banyak pihak, baik pihak konsumen, maupun pihak produsen dan penjual (retailer). Dengan menggunakan internet, proses perniagaan dapat dilakukan dengan menghemat biaya dan waktu[10].

Dari sepuluh literature review yang ada, telah banyak penelitian mengenai e commerce, pembahasan website, juga mengenai pemanfaatan e commerce. Disamping itu juga ada pembahasan mengenai dampak e-commerce, permasalahan e-commerce, dan transaksi pada e-commerce.

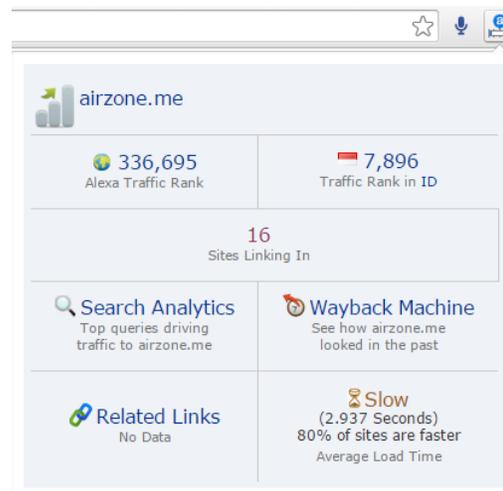
## PEMECAHAN MASALAH

Dari permasalahan yang ada, maka diperlukan penerapan sistem e-commerce, terlebih untuk suatu sistem informasi yang akurat. Kecanggihan teknologi dan informasi yang dimanfaatkan sebagai media penunjang berjalannya sistem e-commerce di dunia bisnis. Kini kegiatan jual beli bukan hanya dilakukan secara tradisional, bukan hanya dilakukan di tempat ( pasar ), namun dengan e-commerce kita menunjukkan bahwa bisa melakukan kegiatan jual beli dimanapun dan kapanpun. Kita butuh perubahan karena kini dunia sudah begitu maju dan akan selalu membutuhkan perkembangan dari berbagai sisi. Konsep e-commerce yang berjalan sudah cukup baik dan dengan ini airzone hadir dengan menggunakan sistem e-commerce. Airzone merupakan sistem jual beli online ( e-commerce ) yang digunakan sebagai pendukung usaha yang dilakukan secara online sesuai dengan perkembangan yang ada.

Airzone yang berupa sebuah aplikasi dengan menggunakan sistem e-commerce diharapkan aktivitas jual beli masyarakat dalam melakukan transaksi dapat mempermudah, efektif dan efisien dikarenakan dengan airzone masyarakat tidak lagi menjalankan kegiatan bertransaksi secara manual atau tradisional yang harus bertatap muka satu sama lain untuk melakukan pembayaran dan pembelian barang, melainkan online. Dengan online masyarakat tidak perlu lagi bersusah payah untuk mendapatkan barang yang diinginkan dengan berjalan, menghadapi kemacetan dijalan, mengeluarkan biaya yang seharusnya dapat di minimalisir penggunaannya dengan adanya airzone ini. Dan airzone ini diterapkan untuk bisa menjadikan sistem e-commerce dapat membuat semua kegiatan transaksi menjadi menghemat waktu, aman, efektif dan efisien.

Menciptakan sistem airzone yang mampu membantu transaksi secara online

menjadi efektif dan efisien. Meningkatkan penjualan dan juga keuntungan yang didapat dengan menggunakan sistem e-commerce kegiatan promosi dapat meningkat, menambah relasi dalam bisnis, menambah omset penjualan, dan meningkatkan keefektifan dan efisiensi dalam bertransaksi. Airzone yang masih baru dalam dunia e-commerce memiliki kesempatan untuk bisa bersaing dalam dunia bisnis online dengan cms - cms lain yang bersifat e-commerce. Hal ini dapat dilihat dari rank Alexa yang diperoleh airzone dalam dunia bisnis online ini.



Gambar 3. Rank Airzone dalam Alexa

Airzone yang menduduki peringkat 7.896 dalam Indonesia menunjukkan keaktifan airzone dalam melakukan aktivitas secara online.

## IMPLEMENTASI

Tampilan aplikasi (application) e-commerce airzone memiliki berbagai macam fitur yang dapat digunakan oleh konsumen maupun masyarakat yang terdiri dari :

### a. Tampilan Utama Aplikasi Airzone

Aplikasi airzone dapat diakses dimanapun dan kapanpun oleh konsumen maupun masyarakat dengan menuju alamat

url [www.airzone.me](http://www.airzone.me). Pada tampilan utama airzone calon customer bisa memilih dan juga melihat produk yang ada di airzone.

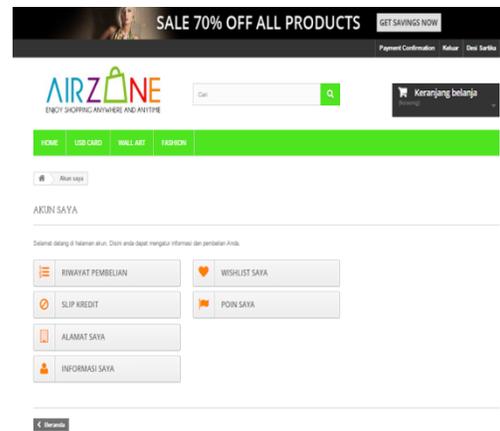


Gambar 4. Tampilan Utama Airzone

### b. Tampilan Home User

Pada tampilan ini user dapat mengakses profile dan juga produk yang sudah dipilih. Terdapat 6 ( enam ) menu yang dapat diakses pada tampilan home user yaitu :

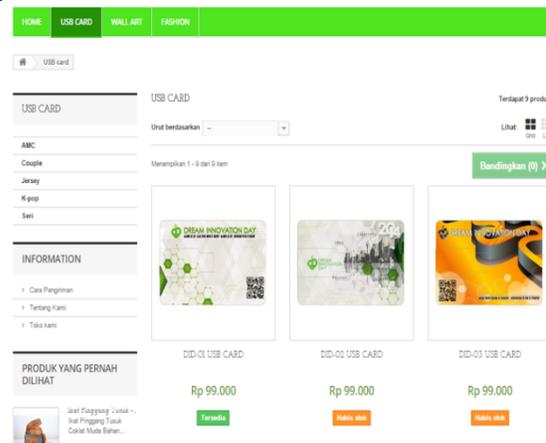
1. Riwayat pembelian : Berisi produk / barang - barang yang sudah pernah di beli user
2. Slip credit : Berisi nota kredit yang menyatakan bahwa user membatalkan pembelian
3. Alamat saya : Berisi alamat lengkap user yang digunakan untuk alamat pengiriman
4. Informasi saya : Berisi informasi user berupa profil user
5. Wishlist saya : Berisi daftar keinginan produk yang akan user beli yang dapat disimpan dalam menu ini.
6. Point saya : Poin ini dapat dikumpulkan saat user membeli sebuah produk dengan point tertentu dan poin tersebut dapat dikumpulkan dan ditukar dengan voucher tertentu.



Gambar 5. Tampilan Home User

### c. Tampilan List Produk

Tampilan ini memberikan informasi seputar produk yang di tampilkan pada airzone kepada customer dengan keterangan lengkap yang di post oleh admin. Customer dapat memilih produk yang diinginkan dan dapat melihat informasi produk berupa keterangan yang telah dicantumkan pada produk tersebut.



Gambar 6. Tampilan List Produk Airzone

### d. Tampilan Shopping Cart

Tampilan ini menunjukkan bahwa produk yang sudah dipilih oleh customer tetapi belum melakukan konfirmasi untuk pembayaran akan masuk ke dalam keranjang belanja atau shopping cart customer. Artinya sebelum melakukan konfirmasi pembayaran produk yang sudah di beli oleh customer masih ditampung dalam shopping cart.



Gambar 7. Tampilan Keranjang Belanja Customer

### e. Tampilan Ringkasan Belanja

Tampilan ini menginformasikan kepada customer yang telah memilih produk yang akan di beli dan memberikan rincian biaya yang harus dibayar dan juga metode pengiriman dan pembayaran dilampirkan dalam tampilan ini.



Gambar 8. Tampilan Ringkasan Belanja Customer

### f. Tampilan Payment Confirmation

Pada tampilan ini setelah customer menyelesaikan prosedur metode pembayaran dan juga mendapatkan email konfirmasi dari airzone mengenai produk yang dibeli, customer diminta untuk melakukan payment

confirmation pada saat setelah customer melakukan transfer uang sejumlah harga barang yang dibeli melalui bank yang dipilih.

Gambar 9. Tampilan Payment Confirmation

Dari fitur airzone yang diimplementasikan, sistem tersebut masih terdapat beberapa kekurangan, tetapi juga banyak memiliki kelebihan yang lebih mempermudah dalam bertransaksi secara online. Dan di bawah ini adalah penguraiannya :

### Kelebihan

Dengan aplikasi airzone ini customer dan masyarakat dapat memaksimalkan sistem e-commerce pada saat melakukan pembelian maupun penjualan sehingga berbelanja dan bisnis lebih efektif, efisien dan memudahkan sesuai dengan manfaat yang didapatkan menggunakan sistem e-commerce. Beberapa kelebihan dari aplikasi airzone ini adalah sebagai berikut :

1. Dengan airzone transaksi lebih mudah dan aman
2. Dapat mengurangi tenaga karyawan
3. Menghemat waktu untuk para customer dalam berbelanja
4. History penjualan dan produk yang tersimpan dengan baik
5. Produk up to date
6. User Friendly

7. Memiliki sistem pengiriman barang yang cepat
8. Memiliki traffic untuk mengetahui berapa visitor yang mengunjungi airzone
9. Memiliki Produk yang mencirikan airzone
10. Memiliki Rank alexa yang cukup tinggi

### **Kekurangan**

1. Aplikasi ini memerlukan jaringan internet yang cukup handal agar dapat mengakses airzone untuk melakukan transaksi jual beli secara online yang dilakukan oleh customer dan masyarakat maupun melakukan upload produk dan juga penambahan kategori yang dilakukan oleh admin.
2. Sampai saat ini aplikasi airzone hanya dapat digunakan pembayaran melalui transfer via bank oleh calon customer dan masyarakat, airzone belum bisa menerapkan sistem COD ( Cash on Delivery ). Namun dengan keterbatasan yang ada, program ini tetap menawarkan fasilitas yang cukup baik agar sistem e-commerce dapat semakin menghasilkan online shop - online shop terpercaya dan aman.
3. Belum adanya fasilitas live chat pada airzone. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Untung Rahardja, Fery sudarto dan Linda Octavia dari Perguruan Tinggi raharja, Indonesia pada tahun 2013 yang berjudul “ iDuHelp! ” : Penerapan Campus Service Sistem iDuHelp! Dalam Mendukung Kegiatan iLearning Education ( IDU ) Pada Perguruan Tinggi”. Penelitian ini menjelaskan pelayanan informasi secara Online dan Offline. Dengan adanya sistem penerapan campus service system iDuHelp! dalam mendukung kegiatan iLearning Education pada perguruan

tinggi ini diharapkan nantinya bagi calon mahasiswa tidak kesulitan dalam mengakses informasi mengenai hal-hal yang berhubungan campus. Pentingnya fasilitas live chat dalam suatu sistem dapat mempermudah customer dan masyarakat untuk mendapatkan informasi secara langsung perihal yang ingin di tanyakan. Misalnya dalam sebuah online shop fasilitas live chat ini digunakan untuk menanyakan hal-hal seputar produk, harga produk dan juga hal - hal yang dirasa belum jelas oleh customer.

### **KESIMPULAN**

1. Sistem e-commerce yang saat ini sedang banyak digunakan oleh Online Shop untuk dijadikan sistem jual beli online. Airzone hadir dalam dunia bisnis yang menggunakan sistem e-commerce sebagai media penunjang untuk mempermudah para konsumen dan masyarakat dalam berbelanja. Perkembangan yang semakin maju dan selalu memberikan hal - hal baru dalam sistem informasi, kini dalam dunia bisnis airzone mampu bersaing dalam perkembangan teknologi yang ada.
2. Penerapan sistem e-commerce pada airzone untuk kegiatan transaksi secara online membutuhkan suatu sistem informasi yang akurat. Airzone yang kini dapat mempermudah konsumen dan masyarakat untuk berbelanja secara online membuat semua kegiatan transaksi menjadi lebih efektif dan efisien.
3. Airzone sangat efektif digunakan untuk bertransaksi karena sistem e-commerce yang memiliki banyak kegunaan dan manfaat yang dirasakan untuk para konsumen, masyarakat,

bisnis dan juga perusahaan. Memberikan kemudahan untuk para pekerja yang memang tidak memiliki waktu untuk berbelanja secara langsung, dengan airzone para konsumen memiliki referensi online shop baru yang memiliki kualitas produk yang tidak kalah berkualitas dan harga yang terjangkau dibanding dengan online shop yang sudah ada. Memiliki rank alexa 7.896 di Indonesia menunjukkan keaktifan aktivitas secara online.

#### DAFTAR PUSTAKA

1. Ginting.Elizaandyni 2013. Aplikasi Penjualan Berbasis Web ( E-Commerce ) Menggunakan Joomla Pada Mutiara Fashion. Tugas Akhir Universitas Widyatama : Bandung
2. Handita.Ditya Banu.Umar.Fadlillah.Umi. “Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada Usantex”. Jurnal Emitor Universitas Muhammadiyah : Surakarta (2011).
3. Henderi, Rahardja Untung, Yusup Muhammad. 2011 “Sistem Data Warehouse dan Data Mining Sebagai Pengukur Kinerja Enterprise”. SMIK Raharja, Tangerang.
4. Hermawan Fauzi, Risnandar, ST, MT, Fahrudin Tora (2010) “Aplikasi E-commerce Untuk Factory Outlet”. Studi Kasus:Blackjack, Bandung.
5. Iyas "Implementasi Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce Pada Usaha Rumahan Griya Unik Wanita" 2011.
6. Maknunah Jauharul “Tantangan Bisnis Dalam E-commerce di Indonesia Pada Era Informasi”. STMIK PPKIA Pradnya Paramita. Malang (2013).
7. Maryam Siti 2013 “Peningkatan Ecommerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. STIE Ahmad Dahlan. Jakarta.
8. Nugrahani. Dewi Shanti “E-Commerce Untuk Pemasaran Produk Usaha Kecil Dan Menengah”, Purworejo : STIE Rajawali Purworejo. 2011.
9. Rahardja Untung, Sudarto Fery, Octavia Linda. 2013. “ iDuHelp!” : Penerapan Campus Service Sistem iDuHelp! Dalam Mendukung Kegiatan iLearning Education ( IDU ) Pada Perguruan Tinggi”. Perguruan Tinggi Raharja, Tangerang.
10. Rejeki.Rara Sri Artati.Utomo.Prasetyo Agus.Susanti.Stefania Sri.2011. “Perancangan Dan Pengaplikasian Sistem Penjualan Pada "Distro Smith" Berbasis E-commerce”. Jurnal Dinamik Universitas Stikubank ( UNISBANK ): Semarang.
11. Sutrisno Joko “Strategi Pengembangan Teknologi E-Commerce Dengan Metode SWOT : Studi Kasus: PT. Chingmix Berhan Sejahtera” Jurnal Telematika. Universitas Budi Luhur (2011).