

Desain Perancangan Dan Implementasi Strategi Penjualan Berbasis *E-Commerce* Pada Toko Slayaban Serang

*Design of Planning And Implementation Of E-Commerce Based Sales Strategy
At Slayaban Stores Serang*

Zaenal Muttaqin, Jhoanne Fredricka, Andayani

Universitas Amikom Yogyakarta

Jurusan Magister Teknik Informatika, Universitas Amikom, Yogyakarta

d.zaey.vu@gmail.com, j.fredricka@yahoo.com, yaniatika45@yahoo.com

Abstrak

Slayaban merupakan salah satu toko yang bergerak di bidang otomotif. Slayaban menyediakan penjualan produk-produk otomotif dan jasa modifikasi. Saat ini dalam penjualannya Slayaban masih menggunakan metode konvensional dan pelanggan yang datang hasil dari informasi mulut ke mulut. Maka dibuatlah perancangan strategi informasi untuk penyebaran informasi penjualan dan jasa modifikasi dalam bentuk e-Commerce. Metode yang digunakan adalah analisis dan perancangan strategi e-Commerce, dimana pada tahap analisis, akan di analisis kesempatan pangsa pasarnya, hambatan dan tantangannya. Kemudian dilanjutkan tahap perancangan dan akan membahas mengenai user interface, komunikasi pasar dan membangun sebuah brand, implementasi dan metriks. Dengan menggunakan sistem informasi strategi e-Commerce diharapkan dapat meningkat kan penjualan dan penyebaran informasi di masyarakat mengenai produk dan jasa yang disediakan oleh Slayaban. Virtue Mart merupakan salah satu aplikasi extention yang berfungsi untuk mendesain sistem pembayaran pada e-Commerce.

Kata Kunci—*Slayaban, Perancangan Strategi Informasi, E-Commerce, Virtue Mart*

Abstract

Slayaban is one of the automotive shops. Slayaban provides sales of automotive products and modification services. Currently in sales Slayaban still uses conventional methods and customers who come the result of word of mouth. So the design of information strategy for the dissemination of sales information and services modifications In the form of e-Commerce. The method used is the analysis and design of e-Commerce strategy, which in the analysis phase, will be analyzed the opportunity of its market share, obstacles and challenges. Then proceed to the design stage and will discuss the user interface, market communications and build a brand, implementation and metrics. By using the information system e-Commerce strategy is expected to increase sales and dissemination of information in the community about products and services provided by the Slayaban. Virtue Mart is one of the extension application that serves to design payment system on e-Commerce.

Keywords—*Slayaban, Information Strategy Design, E-Commerce, Virtue Mart*

1. PENDAHULUAN

Dengan semakin berkembangnya teknologi informasi pada saat ini, diikuti dengan perkembangan sistem informasi yang semakin kompleks. Sistem informasi merupakan suatu sistem yang dijalankan untuk tujuan mempermudah pengguna dalam menjalankan suatu sistem. Diawali dengan sistem informasi berbasis desktop, kemudian berkembang menjadi sistem

informasi berbasis web. Sistem informasi berbasis web dimotori oleh jaringan Internet yang menjadi fasilitas pendukung bahkan menjadi aktor utama dalam menjalankan sistem informasi berbasis web.

Internet merupakan trend teknologi yang marak saat ini dan menjadi basis utama dengan fasilitas akses 24/7/365. Penggunaan internet untuk aktifitas transaksi bisnis dikenal dengan istilah Elektronik *Commerce* (*e-Commerce*) dapat terjadi antar organisasi bisnis dengan konsumen. Cakupan terjadinya *e-Commerce* adalah penggunaan internet dan *World Wide Web* untuk penjualan produk dan pelayan konsumen. Penggunaan internet untuk transaksi bisnis dianggap sebagai suatu hal yang penting. Hal ini ditandai dengan semakin meningkatnya jumlah pengusaha yang menggunakan metode *e-Commerce* dalam kegiatan usahanya.

Seiring dalam perkembangan dunia bisnis saat ini *e-Commerce* merupakan suatu kebutuhan untuk meningkatkan serta memenangkan persaingan bisnis dan penjualan produk produk. Pada proses penggunaan *e-Commerce* kegiatan jual beli maupun pemasaran lebih efisien dimana penggunaan *e-Commerce* tersebut akan memperlihatkan adanya kemudahan bertransaksi, pengurangan biaya dan mempercepat proses transaksi. Kualitas transfer data juga menjadi lebih baik daripada menggunakan proses manual, dimana tidak dilakukannya entry ulang yang memungkinkan terjadinya human error. Dalam bukunya Raymond McLeod, Jr menjelaskan bahwa perdagangan elektronik atau *e-Commerce* adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis.

Slayaban merupakan perusahaan yang bergerak di bidang otomotif, khususnya kendaraan roda empat. Slayaban menjual perlengkapan aksesoris mobil seperti ban, velg, wings dan lampu. Selain itu Slayaban juga menyediakan jasa perbaikan mobil, pengecatan dan pemasangan aksesoris mobil. Slayaban berdomisili di Kota Serang kecamatan Cipocok.

Saat ini masyarakat masih banyak yang belum mengenal dan mengetahui keberadaan Slayaban. Dalam perjalanan usahanya, Slayaban masih mengandalkan testimoni pelanggan dari hasil kerja dan kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan menginformasikan kepada calon pelanggan lain mengenai kualitas pelayanan yang disuguhkan oleh Slayaban. Selain itu dalam mempromosikan perusahaannya, Slayaban masih menggunakan media promosi dalam bentuk brosur, pamflet dan spanduk yang dipasang dipinggiran jalan.

Cara promosi model ini masih dinilai kurang memuaskan dan belum mampu menyebarkan Informasi mengenai fasilitas dan produk-produk yang dijual Slayaban. Pada akhirnya pendapatan yang diperoleh Slayaban masih minim dan jauh dari target yang ditetapkan oleh owner.

Untuk memperkenalkan Slayaban kepada masyarakat luas dan meningkatkan pendapatan perusahaan, pihak Slayaban mencoba membuat strategi pemasaran dengan menggunakan metode pemasaran digital *e-Commerce*. Metode *e-Commerce* memperkenalkan produk-produk dan jasa yang disediakan oleh Slayaban dalam bentuk *website*.

Pengertian dari *e-Commerce* adalah melakukan proses bisnis dengan menggunakan internet dan Komputer dengan *browser web* untuk mengenalkan, menawarkan, membeli dan menjual produk. Manfaat dengan penerapan *e-Commerce* sebuah perusahaan dapat memiliki sebuah pasar internasional. Bisnis dapat dijalankan tanpa harus terbentur pada batas zona wilayah, waktu dan tenaga. Dengan adanya teknologi digital biaya operasional dapat ditekan seminim mungkin. Mempercepat waktu pemrosesan dan mengurangi resiko human error. Mengurangi penggunaan kertas dalam berbagai aktifitas pengerjaan mulai dari mendesain, memproduksi, pengiriman, pendistribusian hingga marketing.

Kustomisasi masal pada *e-Commerce* telah merevolusi cara konsumen dalam membeli barang dan jasa. Produk barang dan jasa dapat dimodifikasi sesuai dengan keinginan konsumen. Bisnis dapat dijalankan tanpa mengenal batas waktu karena dijalankan secara online melalui internet yang selalu beroperasi tiap hari. konsumen dapat berbelanja diseluruh dunia dan membandingkan harganya dengan mengunjungi berbagai situs yang berbeda atau dengan mengunjungi sebuah website tunggal yang menampilkan berbagai harga dari sejumlah provider.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang maju dan pesat pada saat ini serta menuntut para pemilik usaha untuk bersaing. Penawaran website *e-Commerce* tidak hanya yang berbayar (premium) tetapi terdapat pula penawaran website yang tidak berbayar juga tersedia secara gratis di Internet. Peluang akan website yang tidak berbayar ini rupanya belum banyak diketahui oleh para pelaku bisnis dalam mengembangkan usahanya. Salah satu website *e-Commerce* tidak berbayar tersebut adalah *Virtue Mart*.

Virtue Mart merupakan salah satu aplikasi open source yang dapat merancang suatu sistem bisnis pada web site *e-Commerce*. Dengan *Virtue Mart* kita dapat mengatur kategori barang, sistem pemesanan barang dan sistem pembayaran untuk transaksi. Selain *Virtue Mart* aplikasi sistem *e-Commerce* lain yang dapat kita gunakan adalah openchart. Alasan penulis menggunakan aplikasi *VirtueMart* adalah bahwa *VirtueMart* memiliki banyak keunggulan seperti tampilan user interface yang menarik, user friendly dan terdapat banyak adds on yang sesuai dengan kebutuhan dalam merancang website *e-Commerce*.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penulisan yang digunakan adalah penulisan deskriptif dimana penulisan deskriptif sesuai Dengan tujuan penulisan. Selain menggunakan penulisan deskriptif penulisan ini juga menggunakan metode kualitatif.

3.1 Fokus Penulisan

Fokus penulisan dilakukan agar dapat memperoleh gambaran umum secara menyeluruh tentang subjek dan situasi yang diteliti serta bertujuan untuk menyaring informasi yang masuk. Sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan yang ingin dicapai, maka yang menjadi fokus dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

- Gambaran Sistem penjualan yang ada pada Toko Slayaban.
- Implementasi website *e-Commerce* pada Toko Slayaban yang berfungsi sebagai media Promosidan Penjualan secara Elektronik

3.2 Sumber Data

Sumber data dapat diperoleh melalui dua cara yaitu:

- Sumber DataPrimer
- Sumber Data Sekunder

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan ini yaitu:

- Observasi
- Wawancara
- Dokumentasi
- Instrumen Penulisan
- Penulis Sendiri
- Catatan Lapangan
- Pedoman Wawancara
-

3.4 Keabsahan Data

Subjektivitas penulis merupakan hal yang dominan dalam penulisan kualitatif, mengingat dalam penulisan kualitatif, penulis sebagai instrument penulisan yang utama, ditambah lagi teknik pengumpulan utama penulisan kualitatif adalah wawancara dan observasi yang dianggap banyak kelemahan ketika dilakukan secara terbuka dan tanpa kontrol (Majalah Ilmiah Pawiyatan, (2013:90). Empat tahap yang dilakukan yaitu:

- Uji Credibility
- Uji Transferability

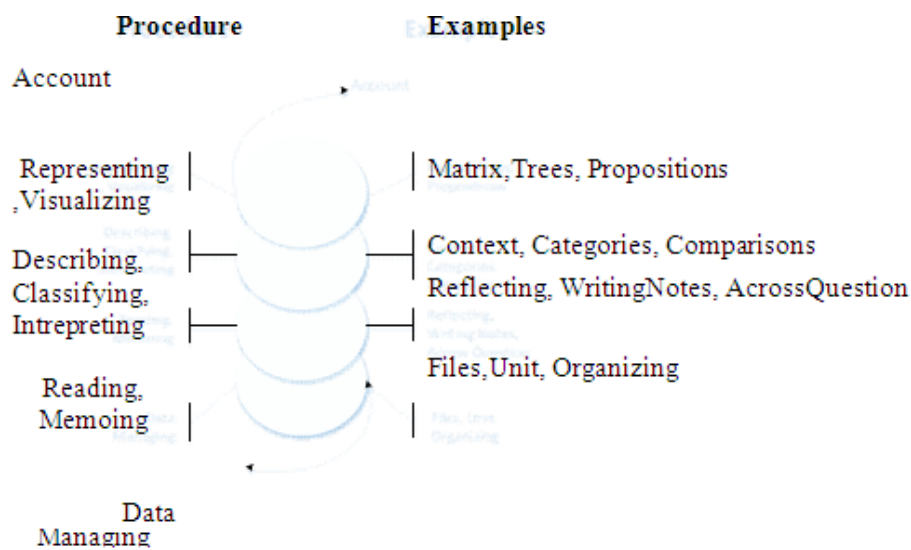
- Uji Dependability
- Uji Konfirmability

3.5 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2011:244), analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun oranglain.

Data yang telah diperoleh dari hasil penulisan, kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan Data Analysis Spiral, adapun langkah- langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut (Creswell, 2007:151):

- Data Collection, yaitu mengumpulkan data dari hasil wawancara berupa teks, serta data lain berupa gambar, dokumen, dan sebagainya.
- Data Managing, yaitu melakukan pengolahan data yang telah diperoleh dari Toko Slayaban berupa observasi, wawancara maupun dokumentasi dan merubah data tersebut menjadi menjadi unit teks yang sesuai berupa kata, kalimat, paragraf untuk dianalisis dengan tulisan tangan atau komputer.
- Reading, Memoring, yaitu memahami dan mengingat kerja dari sistem yang ada pada Toko Slayaban.
- Describing, Classifying, and Interpreting, yaitu mendeskripsikan, mengelempokkan sistem yang ada pada Toko Slayaban kemudian memberikan saran untuk pembuatan sistem yang baru.
- Representing, Visualizing, yaitu menyajikan dan menampilkan gambaran dari sistem yang baru pada Toko Slayaban melalui tampilan *Visual web E-Commerce*.



Gambar 2. Data Analysis Spiral
 Sumber: Creswell (2007:151)

Setelah data selesai di analisis, maka tahap selanjutnya adalah tahap Implementasi, dimana tahap ini merupakan tahap menterjemahkan perancangan berdasarkan hasil analisis dalam bahasa yang dapat dimengerti oleh mesin serta penerapan perangkat lunak pada keadaan yang sesungguhnya. Adapun tahapan yang dilakukan dalam penerapan *e-Commerce* adalah sebagai berikut:

- Eksplorasi
- Instalasi
- Implementasi Awal
- Implementasi Penuh
- Pelatihan Staff

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Data

4.1.1 *Data Collection*

Pengumpulan data dalam implementasi *e-Commerce* disini dilakukan dengan cara wawancara dan dokumentasi dengan pemilik toko Hasil dari wawancara yang dilakukan dengan pemilik toko adalah sebagai berikut:

- Penulis : Bagaimana untuk sistem penjualan yang ada pada toko Slayaban saat ini?
- Informan : Sistem penjualan saat ini masih menggunakan sistem penjualan offline dimana pembeli langsung datang ke toko untuk melihat barang yang diinginkan dan apabila pembeli merasa tertarik untuk membeli barang yang diinginkan dapat langsung dibayar dikasir.
- Penulis : Bagaimana untuk mem-promosikan produk baru kepada pelanggan?
- Informan : Saat ini untuk promosi produk baru menggunakan media sosial seperti instagram, path, facebook atau dengan mensponsori beberapa acara seperti pameran otomotif, jambore region dan bakti sosial masyarakat otomotif.
- Penulis : Apa masalah atau kendala yang dihadapi dalam sistem penjualan yang berjalan saat ini?
- Informan: Masalah yang saya hadapi dalam sistem yang berjalan saat ini adalah tentang keluhan pelanggan untuk mengetahui ketersediaan barang, kapan adanya diskon dan selain itu dalam mempromosikan barang baru yang mana saya harus mensponsori sebuah acara dimana hal tersebut membutuhkan biaya yang cukup besar serta persaingan dengan toko otomotif yang lain yang sudah mulai menggunakan sistem penjualan online.

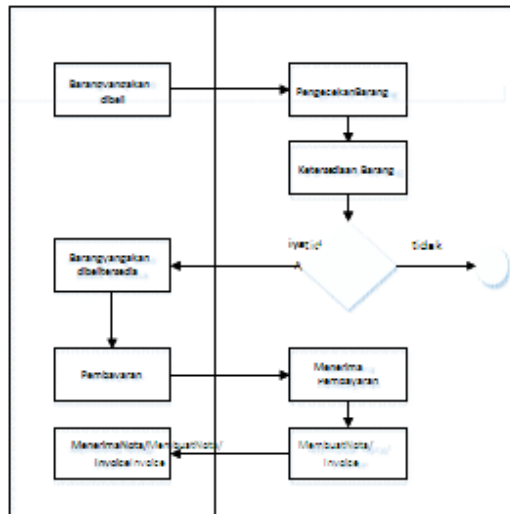
4.1.2 *Data Managing* (Pengelolaan Data)

Dalam tahap ini setelah proses wawancara dan dokumentasi maka diperoleh data yang digunakan dalam melakukan implementasi *E-Commerce*. Adapun data tersebut adalah sebagai berikut : Perangkat lunak yang digunakan, *Software* yang digunakan dalam pembuatan *e-Commerce*, fitur tambahan yang dibutuhkan yang akan digunakan dalam pembuatan *e-Commerce* tersebut.

4.1.3 *Reading, Memorizing*

Pada tahapan ini digambarkan proses sistem yang ada atau pun sedang berjalan ditoko Slayaban pada saat ini yang mana masih bersifat konvensional. Gambaran sistem yang sedang berjalan pada toko Slayaban saat ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. *Work Flow Sistem* Yang Sedang Berjalan



4.1.4 *Describing, Classifying, Interpreting*

Tahap ini penulis membahas tentang masalah atau kekurangan pada sistem yang berjalan di toko Slayaban saat ini. Adapun permasalahan tersebut adalah sebagai berikut:

- Toko Slayaban masih bersifat konvensional atau tradisional, yaitu pembeli harus datang langsung ke toko dan mencari barang secara manual. Selain itu tidak tersedia mode pencarian barang, apakah barang tersebut masih ada stok atau sudah habis.
- Pemasaran sangat terbatas karena hanya disekitaran kota Serang saja dan masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan toko Slayaban secara luas.
- Pembayaran masih bersifat *offline* dimana pembayaran masih bersifat langsung dalam bentuk *cash*.

4.1.5 *Representing, Visualizing*

Pada tahap ini dibuat suatu diagram konteks yang digunakan untuk menjelaskan hubungan yang terjadi didalam sebuah sistem dengan lingkungan diluar sistem. Pada implementasi *e-Commerce* disini melibatkan dua pihak dilingkungan luar sistem yaitu antara pemilik toko atau admin dengan pelanggan atau konsumen.

4.2 Implementasi Sistem

4.2.1 Eksplorasi

Pada tahap eksplorasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi masalah yang timbul dari sistem penjualan yang ada saat ini dan memberikan solusi dengan penggunaan *e-Commerce* sebagai media penjualan dan promosi untuk meningkatkan hasil penjualan serta memperluas wilayah pemasaran.

4.2.2 Instalasi

Tujuan dari tahap instalasi adalah untuk membangun kapasitas sistem yang akan mendukung pelaksanaan antara lain perangkat lunak perangkat keras dan sumberdaya manusia yang digunakan. Implementasi *e-Commerce* pada toko Slayaban kota Serang menggunakan spesifikasi perangkat keras tercantum pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Spesifikasi Perangkat Keras

No	PerangkatKeras	Spesifikasi
1	Prosesor	AMDFX-8800
2	RAM	4Gb
3	VGA	2Gb
4	Hardisk	1Tb
5	OutputDevice	MonitorLG, SpeakerJBL PrinterCanon
6	InputDevice	MouseLenovo Keyboard Lenovo

Sedangkan untuk perangkat lunak (*software*) yang digunakan dalam melakukan implementasi *e-Commerce* pada toko Slayaban kota Serang spesifikasi yang digunakan tercantum pada tabel berikut:

Tabel 3. Perangkat Lunak Yang digunakan

No	Perangkat Lunak	Keterangan
1	SistemOperasi	Windows8.1Pro 64bit
2	Local WebServer	XAMPPBitnami (<i>OpenSource</i>)
3	WebBrowser	Chrome
4	<i>e-Commerce</i> Desain	VirtueMart (<i>OpenSource</i>)
5	<i>FilePackaging</i>	Filezilla (<i>OpenSource</i>)
6	ImageEditing	AdobePhotoshop CS6
7	Hosting	IndoWebsite

4.2.3 Implementasi Awal

Pada tahap implementasi awal ini penulis melakukan instalasi program *Virtue Mart* dimana *Virtue Mart* akan di *install* melalui *local host* sampai dengan *hosting*, yang dimaksud dengan *Local host* adalah sebuah akses *local* yang didapat dari sebuah aplikasi untuk dapat mengakses *local server* yang dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana kekurangan dan kelebihan aplikasi yang akan digunakan sebelum dilakukan *hosting*.

Hosting adalah sebuah tempat dimana kita bisa menyimpan data-data *website* kita sehingga dapat diakses lewat internet. Alasan penulis menginstall *local host* sebelum *hosting* dikarenakan selain mengetahui kekurangan dan kelebihan aplikasi penulis juga dapat menghemat penggunaan internet jika ada kesalahan yang dialami sebelum di upload pada hosting yang akan digunakan.

4.2.4 Implementasi Akhir/penuh

Pada tahap implementasi penuh ini setelah *local server Virtue Mart* dibuat yaitu mengupload data pada *hosting* yang digunakan kemudian memasukkan ke dalam domain yang akan digunakan, kemudian mengakses *website* yang telah diinstall dengan menuliskan alamat *website Error! Hyperlink reference not valid.e* dalam *address bar browser*. Pada tahap ini adalah tahapan penggunaan program *Virtue Mart* tersebut. Adapun tahapan dalam menggunakan program tersebut adalah dengan login melalui Cpanel.

4.2.5 Pelatihan Staff

Tahapan terakhir yang dilakukan dalam implementasi *e-Commerce* ini adalah pelatihan staff yang bertujuan memberikan pengarahan tentang penggunaan sistem dari sistem yang lama ke sistem yang baru, seperti pengolahan data produk, modul, harga, maupun kuantitas.

4. KESIMPULAN

1. Sistem penjualan yang digunakan oleh toko Slayaban saat ini masih menggunakan sistem konvensional/offline dimana pembeli untuk mendapatkan barang yang diinginkan harus datang langsung ketoko untuk mencari barang yang diinginkan jika barang yang diinginkan sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan, pelanggan dapat langsung membayarnya dikasir. 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 software *Virtue Mart* pada toko Slayaban 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 penggunaan *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.

5. SARAN

1. Perlu adanya tenaga profesional yang ahli dalam 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. Penambahan inovasi-inovasi desain antarmuka dalam sistem yang baru sehingga dapat lebih banyak menarik pelanggan.
4. Perlu penambahan penggunaan jasa pengiriman maupun fitur pembayaran transfer bank sehingga dapat mencakup wilayah yang lebih luas dan pelanggan memiliki lebih banyak pilihan.
5. Keamanan dalam proses transaksi belanja belum maksimal, sehingga harus dikembangkan perbaikan dalam hal keamanan sehingga dapat meminimalisir tindak penipuan.
6. Perlu adanya perawatan (*maintenance*) terhadap *hardware* dan *software* secara rutin.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andri, kristanto. (2008), Perancangan Sistem Informasi Dan Aplikasinya, Penerbit Gaya Media Yogyakarta
- [2] Hidayat, Taufik. 2008. Panduan Membuat Toko Online dengan OS Commerce, Jakarta : Mediakita

- [3] Jogyanto. 2005. Analisis Dan Desain Sistem Informasi Manajemen. Edisi kelima : Pendekatan Terstruktur Teori Dan Praktek Aplikasi Bisnis & Sistem Teknologi Informasi. Yogyakarta: Penerbit Andi
- [4] Sanusi, M Arsyad. 2001. *E-Commerce* Hukum dan Solusinya. Jakarta : Mizan Grafik Sarana
- [5] Oetomo, Budi Sutedjo Dharma. 2002. Perencanaan dan Pembangunan Sistem Informasi. Yogyakarta: PenerbitAndi
- [6] Soendari, Tjutju. 2012. Keabsahan Data Penelitian Kualitatif. Diakses pada tanggal 16 Mei 2017 dari <https://www.its.ny.gov/pmmp/guidebook2/SysemImplement.pdf>
- [7] Spica, Luciana dan Robahi, Lidia. 2005. Penerapan *E-Commerce* sebagai upaya meningkatkan persaingan bisnis perusahaan. STIE Perbanas Surabaya
- [8] Triton PB. 2006. Mengenal *E-Commerce* dan Bisnis di Dunia Cyber. Yogyakarta: Argo Publisher