

PERANCANGAN *BUSINESS TO COSTUMER* PADA SISTEM PENJUALAN ONLINE BERBASIS E-COMMERCE

Ni Made Widnyani¹

Ni Luh Putu Surya Astitiani²

Universitas Bali Internasional, Denpasar^{1 2}

email: adewidnyani@iikmpbali.ac.id

Abstract

Sejalan dengan lajunya perkembangan bidang teknologi, perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam industri kecil, menengah maupun besar, yang merupakan salah satu dari sekian banyak pelaku dan penunjang kegiatan ekonomi di negeri ini, semakin dipacu untuk menggunakan teknologi yang maju sebagai senjata untuk tetap survive. Business to costumer merupakan suatu proses bisnis dimana penjual (produsen) berhadapan langsung dengan pembelinya. Sifat dari bisnis tersebut adalah terbuka dan bebas dimanfaatkan oleh khalayak umum, cara mengaksesnya melalui sebuah website yang disediakan oleh sang penjual. Dalam hal ini, organisasi atau perusahaan akan bersaing dengan pelaku bisnis yang lain di dunia maya. Pada penelitian ini terdapat beberapa tahapan yaitu sebagai berikut: analisa permasalahan, pengumpulan data, studi pustaka, proses perancangan sistem, implementasi sistem, dan evaluasi sistem. Penelitian ini menghasilkan desain bisnis proses menggunakan Data Flow Diagram (DFD) dan mendesain tampilan antar muka sistem. Sedangkan hasil evaluasi berupa kuisisioner kepada pengguna yang akan menggunakan sistem ini dalam hal ini adalah penjual online.

Keywords: *business to costumer, penjualan, e-commerce*

PENDAHULUAN

Dalam memasuki dunia globalisasi, manusia mengenal teknologi yang semakin maju untuk mempermudah melakukan berbagai kegiatan dalam kehidupan. Kemajuan di bidang transportasi, komunikasi, kesehatan, pendidikan, dan bidang lainnya merupakan contoh bahwa manusia semakin memerlukan teknologi dalam kehidupan ini. Saat ini dunia telah mengenal suatu teknologi yang disebut dengan internet. Dengan internet semua orang dapat berkomunikasi dengan orang lain yang berada di berbagai belahan dunia. Melalui internet, setiap orang dapat memperoleh dan menyampaikan berbagai informasi yang dibutuhkan kapan saja dan dimana saja.

Sejalan dengan lajunya perkembangan bidang teknologi, perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam industri kecil, menengah maupun besar, yang merupakan salah satu dari sekian banyak pelaku dan penunjang kegiatan ekonomi di negeri ini, semakin dipacu untuk menggunakan teknologi yang maju sebagai

senjata untuk tetap survive. *Business to costumer* merupakan suatu proses bisnis dimana penjual (produsen) berhadapan langsung dengan pembelinya. Sifat dari bisnis tersebut adalah terbuka dan bebas dimanfaatkan oleh khalayak umum, cara mengaksesnya melalui sebuah website yang disediakan oleh sang penjual. Dalam hal ini, organisasi atau perusahaan akan bersaing dengan pelaku bisnis yang lain di dunia maya.

Sistem kerja yang selama ini berjalan bisa dikatakan kurang bagus. Pelanggan yang ingin memesan hanya dapat melihat jenis produk tanpa tahu harga maupun informasi detail tentang produk dan pelanggan harus bertanya kembali kepada owner melalui chat sehingga dalam proses transaksi sampai deal bisa membutuhkan waktu hingga 2 hari lamanya. Pemasaran yang selama ini dilakukan di sosial media seperti Facebook, Instagram, dan sosial media lainnya juga tidak dibarengi dengan branding yang menarik. Selain itu pencatatan laporan transaksi penjualan juga masih dilakukan secara manual (dicatat di buku).

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka perlu diterapkan sebuah perancangan sistem penjualan online *business to costumer* berbasis *e-commerce* yang menyediakan fasilitas-fasilitas seperti katalog produk yang berisi gambar dan informasi produk, dan konsumen dapat mengetahui informasi proses pemesanan barang, mempersingkat waktu transaksi produk serta dapat membuat laporan transaksi penjualan, sehingga perancangan ini diharapkan akan dapat membantu pihak penjual untuk mengembangkan aplikasi untuk mempromosikan dan menjual produknya serta membuat laporan transaksi penjualan, juga dapat membantu pihak konsumen yang ingin mendapatkan informasi, dan memesan produk tanpa harus datang langsung ke toko, serta mengetahui perkembangan pesannya dimana konsumen dapat melihat produk yang mereka pesan sudah diproses atau belum.

TINJAUAN PUSTAKA

Business to customer (B2C) e-commerce

Merupakan model e-commerce dengan melibatkan organisasi bisnis sebagai penyelenggara sistem e-commerce dengan pelanggannya. Model ini merupakan model yang dominan pada jenis e-commerce yang ada. Dalam lategori ini meliputi penjualan produk retail, toko online, dan service online [1].

Sebagai contoh model website e-commerce B2C (Business to Customer) karakteristiknya akan berbeda dengan model C2C (customer to customer) ataupun B2B (Business to Business) Penelitian ini mencoba mengetahui pengaruh berbagai usability factor website e-commerce model B2C terhadap tingkat kepercayaan user. Karakteristik faktor usabilitas model ecommerce B2C yang diidentifikasi meliputi Graphic desain, struktur desain, content desain dan social cue desain [2].

Website e-commerce

Website e-commerce menjadi ujung tombak dalam proses e-commerce, karena menjadi sistem yang mendasari proses bisnis e-commerce. Kualitas website, menjadi salah satu hal yang penting bagi peningkatan kepercayaan konsumen. Kualitas yang baik akan memberikan kinerja yang baik dalam memberikan fungsi kebergunaan (usable) bagi penggunaannya. Aspek interface desain memiliki pengaruh yang nyata pada kepercayaan konsumen. Beberapa faktor interface desain yang mendukung kepercayaan pengguna adalah graphic design, struktur desain, content design, dan social cue design [2]. Peningkatan kualitas website e-commerce idealnya harus berorientasi pada kebutuhan user. Inilah yang sering disebut pengembangan sistem yang berorientasi pada user (user centered design). Berbagai model e-commerce yang berbeda tentunya memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga perlu matriks yang sesuai untuk pengukuran usabilitynya [3]. Pengukuran usability website e-commerce, merupakan aktivitas evaluasi yang digunakan untuk memperoleh feed back sebagai masukan untuk pengembangan website ke depan [4].

Penjualan

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Penjualan adalah suatu transfer hak atas benda-benda. Dari penjelasan tersebut dalam memindahkan atau mentransfer barang dan jasa diperlukan orang-orang yang bekerja dibidang penjualan seperti pelaksanaan dagang, agen, wakil pelayanan dan wakil pemasaran [5].

Menurut Philip Kotler yang diterjemahkan oleh Ronny A. Rusli dan Hendra dalam buku "Manajemen Pemasaran" pengertian penjualan adalah : "Penjualan adalah proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain" [6]. Penjualan adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran [7].

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini dilakukan Perancangan Business to Costumer pada Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce melalui beberapa tahapan, yaitu dijelaskan seperti alur penelitian di bawah ini :



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Pada penelitian di atas terdapat beberapa tahapan dalam proses Perancangan Business to Costumer pada Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce yaitu sebagai berikut:

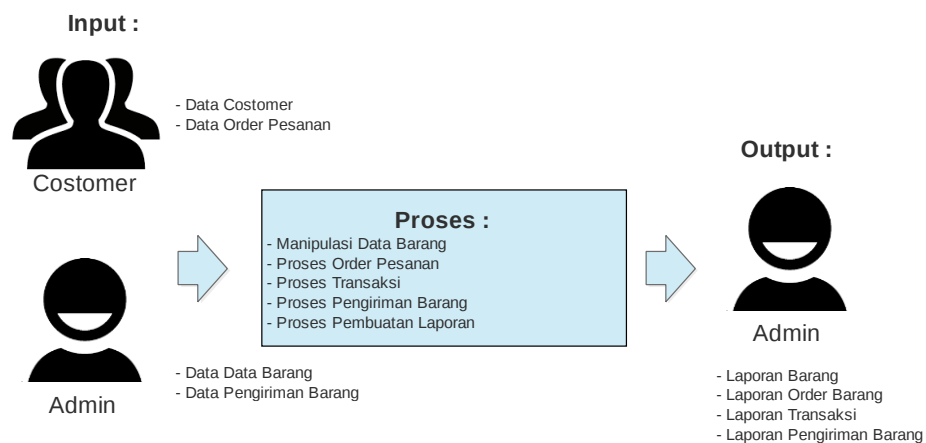
1. Analisa permasalahan dan pengumpulan data, pada tahap pertama adalah proses analisa terkait permasalahan yaitu Business to Costumer pada Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce. Dilanjutkan dengan pengumpulan data terkait dengan Business to Costumer pada Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce.
2. Studi pustaka, tahap studi pustaka adalah pengumpulan referensi terkait permasalahan yaitu tentang Business to Costumer pada Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce.
3. Proses perancangan sistem, pada tahap ini dilakukan proses perancangan Business to Costumer pada Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce.
4. Implementasi sistem, pada tahap ini dilakukan percangan yang telah dibuat diimplementasikan untuk pengelolaan manajemen penjualan berbasis online.
5. Evaluasi sistem, tahap selanjutnya adalah evaluasi sistem yaitu dengan cara melakukan evaluasi terhadap pengguna tentang sistem yang telah diimplementasikan melalui kuisioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil penelitian ini, penulis memberikan penjelasan hasil dari penelitian yang dilakukan pada metodologi penelitian. Berikut ini penjelasan dari hasil yang dilakukan pada penelitian ini:

Analisa Kebutuhan Sistem

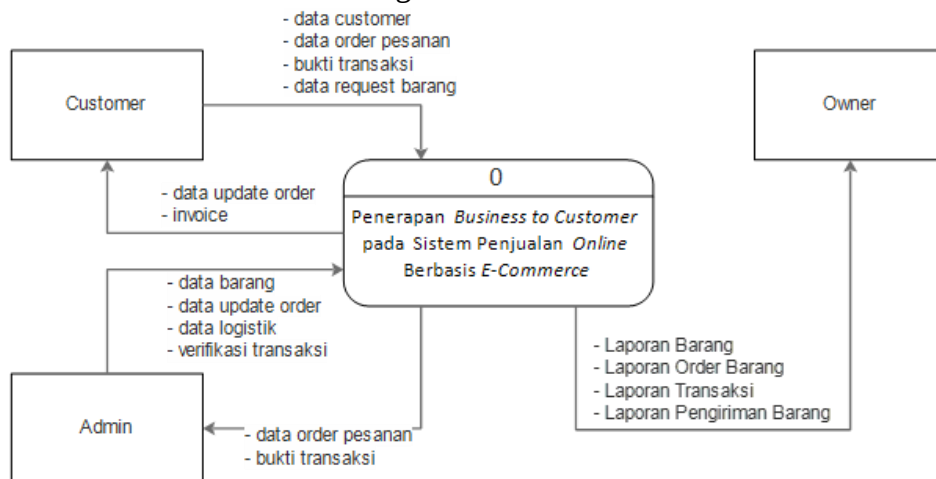
Dari identifikasi permasalahan dan wawancara yang dilakukan pada bagian Observasi dan Wawancara, maka dapat dibuat gambaran kebutuhan pengguna sistem dengan menggunakan blok diagram sebagai berikut :



Gambar 2 Blok Diagram Analisa Kebutuhan Sistem

Desain dan Perancangan Sistem

Sedangkan desain Business to Costumer pada Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce adalah sebagai berikut :



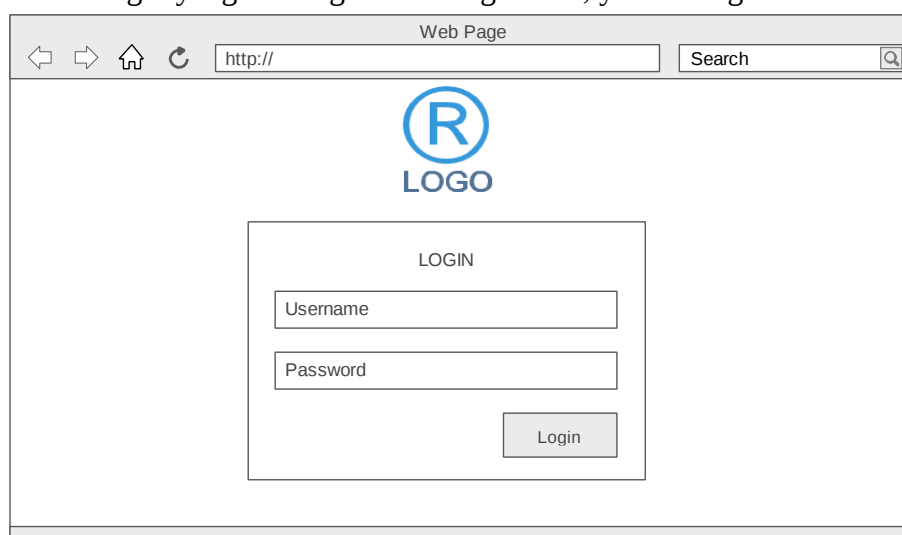
Gambar 2 Diagram Konteks Penerapan B2C pada Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce

Implementasi Desain B2C

Setelah membuat desain bisnis proses sistem Penerapan Business to Costumer pada Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce, berikutnya adalah mendesain tampilan antar muka sistem ini yaitu sebagai berikut:

1. Desain Halaman Login

Pada desain halaman login ini terdapat inputan username dan password serta tombol login yang berfungsi untuk login user, yaitu sebagai berikut:

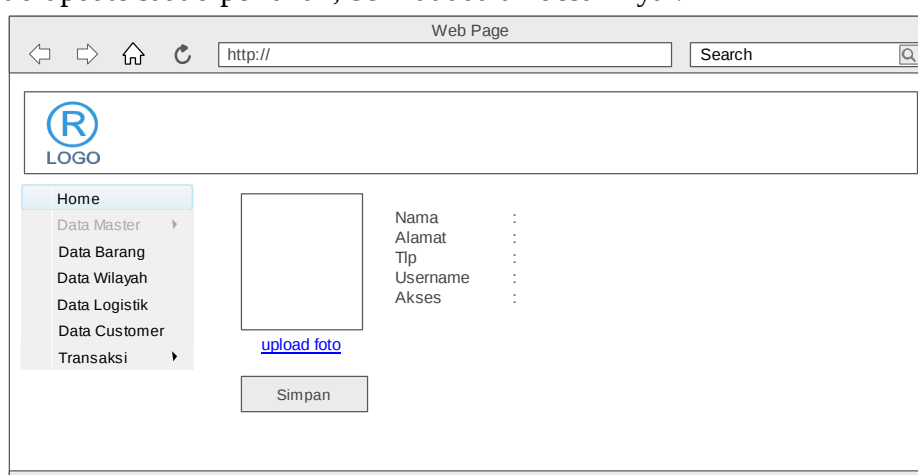


The screenshot shows a web browser window titled 'Web Page'. The address bar contains 'http://'. The main content area features a logo consisting of a blue circle with a white 'R' inside, and the word 'LOGO' in blue capital letters below it. Centered below the logo is a login form with the title 'LOGIN'. The form contains two text input fields labeled 'Username' and 'Password', and a 'Login' button to the right of the 'Password' field.

Gambar 3 Desain Halaman Login

2. Halaman Admin

Pada desain halaman admin berisi informasi tentang biodata user yang dapat diupdate saat diperlukan, berikut adalah desainnya :

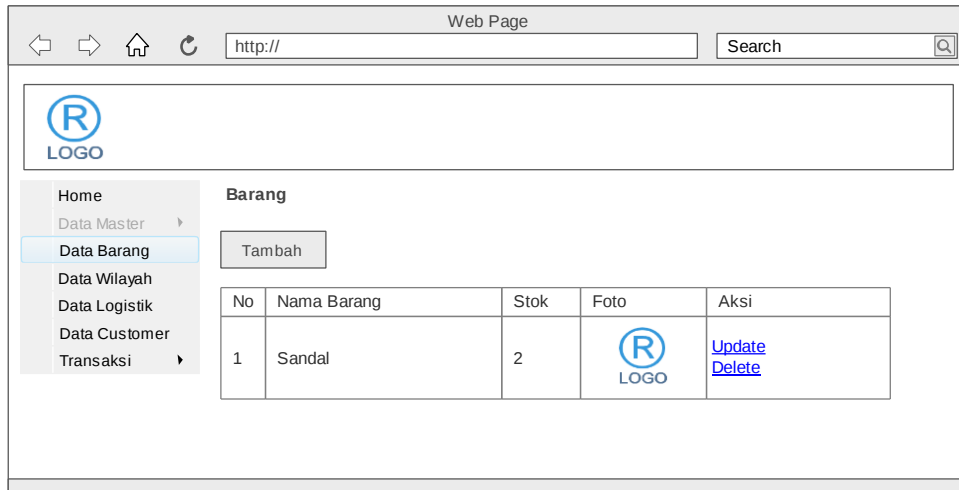


The screenshot shows a web browser window titled 'Web Page'. The address bar contains 'http://'. The page layout includes a sidebar on the left with a menu: 'Home' (highlighted), 'Data Master', 'Data Barang', 'Data Wilayah', 'Data Logistik', 'Data Customer', and 'Transaksi'. The main content area features a logo (blue circle with 'R' and 'LOGO' text) at the top left. Below the logo is a form for updating user biodata. The form includes a photo upload area with a placeholder box and a link 'upload foto'. To the right of the photo area are labels for 'Nama', 'Alamat', 'Tlp', 'Username', and 'Akses', each followed by a colon. At the bottom of the form is a 'Simpan' button.

Gambar 4 Desain Halaman Admin

3. Halaman Master Barang

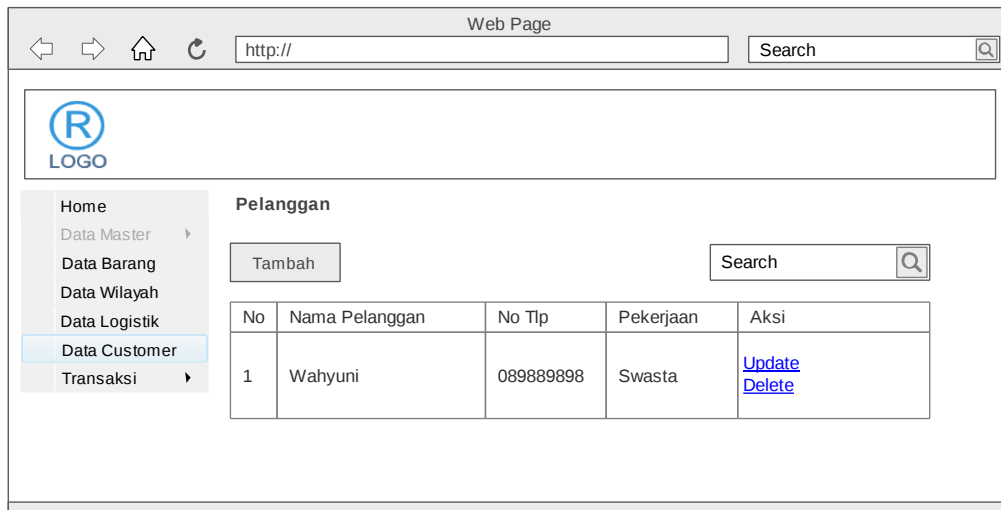
Pada desain halaman master barang terdapat beberapa menu yaitu menampilkan list barang, menambah barang baru, update barang, dan delete barang, berikut ini adalah desainnya:



Gambar 5 Desain Halaman Master Barang

4. Halaman Master Pelanggan

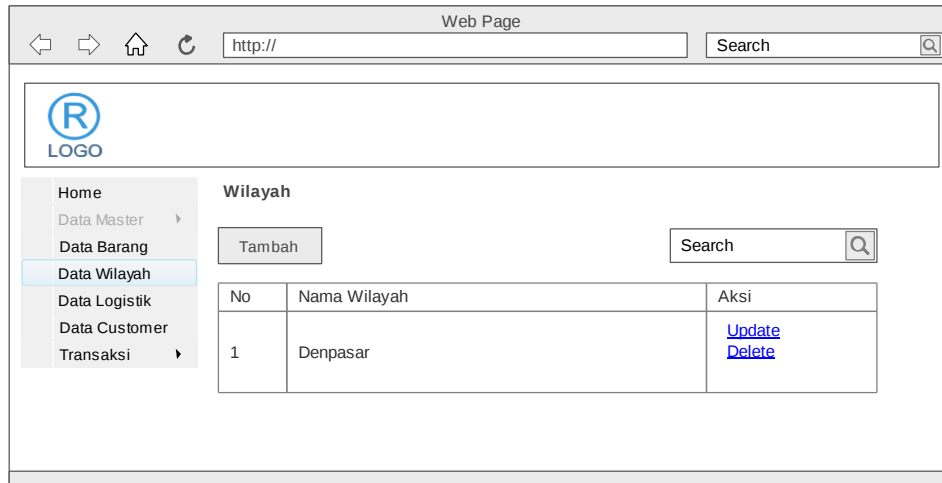
Pada desain halaman master pelanggan terdapat beberapa menu yaitu menampilkan list pelanggan, menambah pelanggan baru, update pelanggan, dan delete pelanggan, berikut ini adalah desainnya:



Gambar 6 Desain Halaman Master Pelanggan

5. Halaman Master Wilayah

Pada desain halaman master wilayah terdapat beberapa menu yaitu menampilkan list wilayah, menambah wilayah baru, update wilayah, dan delete wilayah, berikut ini adalah desainnya:



Gambar 7 Desain Halaman Master Wilayah

6. Halaman Master Logistik

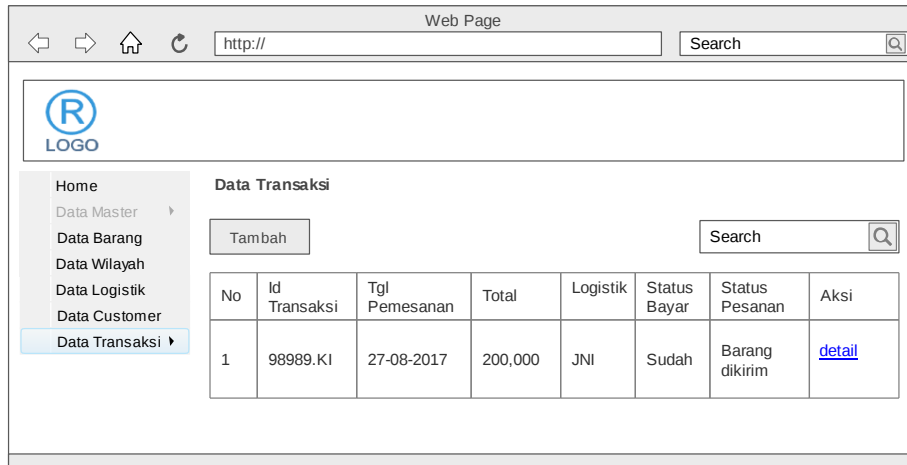
Pada desain halaman master logistik terdapat beberapa menu yaitu menampilkan list logistik, menambah logistik baru, update logistik, dan delete logistik, berikut ini adalah desainnya:



Gambar 8 Desain Halaman Master Logistik

7. Halaman Data Transaksi

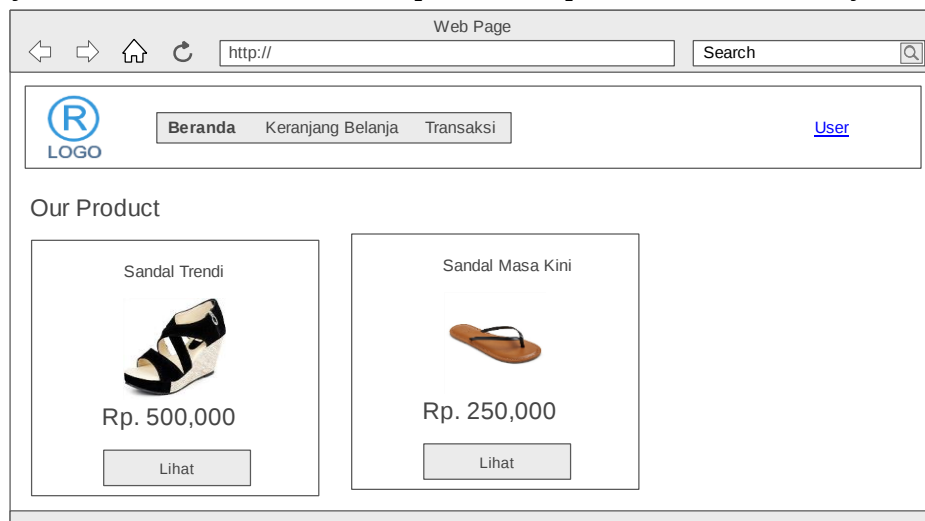
Pada desain halaman data terdapat beberapa menu yaitu menampilkan list transaksi, menambah transaksi baru, dan detail transaksi, berikut ini adalah desainnya:



Gambar 9 Desain Halaman Data Transaksi

8. Halaman Beranda User

Pada halaman beranda user ini terdapat beberapa menu antara lain keranjang belanja, dan menu transaksi, serta dapat melihat produk beserta detailnya.



Gambar 10 Desain Halaman Beranda User

9. Halaman Keranjang Belanja

Pada desain halaman keranjang belanja ini pelanggan dapat melakukan pembelian produk dengan memasukkannya ke keranjang belanja dan memilih opsi pengiriman barang.

The screenshot shows a web browser window titled 'Web Page' with a search bar and navigation links. The page has a header with a logo, a breadcrumb trail 'Beranda > Keranjang Belanja > Transaksi', and a 'User' link. The main content area is titled 'Keranjang Belanja' and contains a table with the following data:

No	Item	Jumlah	Harga	Subtotal	Berat	Aksi
1	Sandal Masa Kini	1	250,000	250,000	1 kg	hapus
TOTAL				Rp. 250,000	1 kg	

Below the table, there is a dropdown menu for 'Pilih Pengiriman Logistik' and a 'Proses Transaksi' button.

Gambar 11 Desain Halaman Keranjang Belanja

10. Halaman Transaksi User

Pada desain halaman transaksi user ini terdapat list daftar histori transaksi pelanggan yang pernah dilakukan sebelumnya, berikut ini adalah desain halamannya :

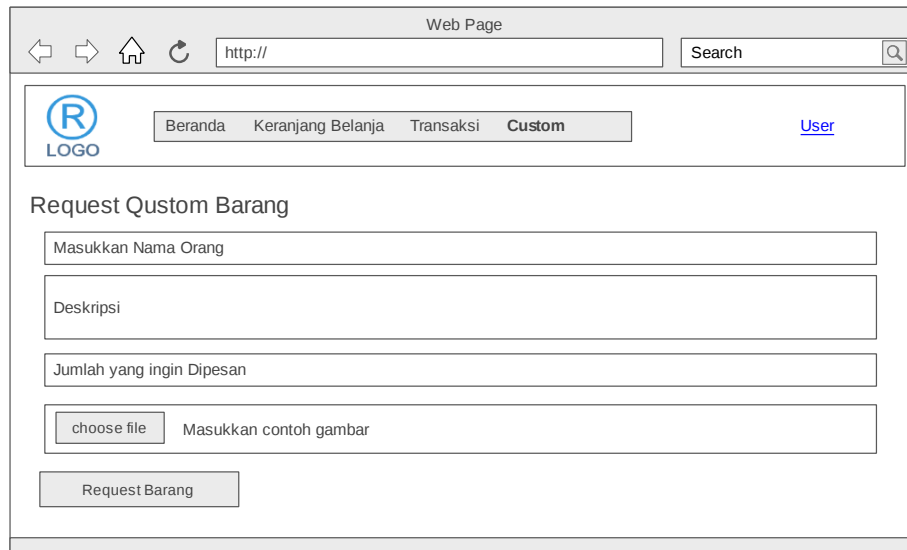
The screenshot shows a web browser window titled 'Web Page' with a search bar and navigation links. The page has a header with a logo, a breadcrumb trail 'Beranda > Keranjang Belanja > Transaksi', and a 'User' link. The main content area is titled 'Data Transaksi User' and contains a table with the following data:

No	Id Transaksi	Tgl Pemesanan	Total	Logistik	Status Bayar	Status Pesanan	Aksi
1	98989.KI	27-08-2017	200,000	JNI	Sudah	Barang dikirim	detail

Gambar 12 Desain Halaman Transaksi User

11. Halaman Costum Barang

Pada halaman custom barang ini pelanggan dapat memilih barang yang ingin dipesan secara custom, berikut ini adalah desainnya :



Web Page

http:// Search

LOGO Beranda Keranjang Belanja Transaksi Custom User

Request Qustom Barang

Masukkan Nama Orang

Deskripsi

Jumlah yang ingin Dipesan

choose file Masukkan contoh gambar

Request Barang

Gambar 13 Desain Halaman Costum Barang

Hasil Evaluasi Pengguna

Pada tahapan ini dilakukan proses wawancara kepada pihak-pihak yang terlibat dalam proses terkait topik yang diangkat, yaitu yang terlibat di dalam proses penjualan online ini. Dalam penelitian ini dilakukan wawancara kepada 5 orang user/pemakai dari sistem informasi penjualan online ini. Adapun beberapa kategori yang ditanyakan yaitu meliputi: *design* atau tampilan sistem, kemudahan dalam menggunakan sistem, proses pembelian/penjualan pada sistem dan informasi yang ditampilkan pada sistem.

Pada kategori design 3 orang responden dari pelanggan menyatakan tampilan pada sistem ini sangat menarik. sedangkan 1 orang responden dari pelanggan dan 1 orang responden dari admin menyatakan tampilan sistem ini cukup menarik.

Pada kategori kemudahan dalam menggunakan sistem 2 orang responden dari pelanggan dan 1 orang responden dari admin menyatakan tampilan sangat mudah dipahami atau *user friendly* selain itu 2 orang responden dari pelanggan menyatakan cukup mudah dalam memahami alur dari tampilan sistem ini.

Pada kategori proses pembelian/penjualan pada sistem 3 orang responden dari pelanggan dan 1 orang responden dari admin menyatakan sistem ini mempermudah mereka dalam proses pembelian/penjualan online. Sedangkan 1 orang responden dari pelanggan menyatakan cukup mudah dalam melakukan proses pembelian dengan sistem ini.

Pada kategori informasi yang ditampilkan sistem ini 2 orang responden dari pelanggan dan 1 orang responden dari admin menyatakan sistem ini mempermudah mereka dalam mendapatkan informasi tentang produk. Sedangkan 2 orang responden dari pelanggan menyatakan cukup mudah dalam mendapatkan informasi tentang produk pada sistem ini.

Penjelasan diatas menunjukkan bahwa secara keseluruhan desain sistem penjualan *online* ini sudah bagus. Namun dengan adanya sistem ini pelanggan mengharapkan agar produk yang dijual bisa lebih bervariasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian tentang perancangan Perancangan Business to Costumer pada Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce menghasilkan desain bisnis proses menggunakan Data Flow Diagram (DFD) dan mendesain tampilan antar muka sistem. Sedangkan hasil evaluasi berupa kuisioner kepada pengguna yang akan menggunakan sistem ini dalam hal ini adalah penjual online. Hasil evaluasi tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan sistem informasi sudah sangat baik.

Saran

Dengan adanya penelitian ini desain yang dihasilkan diharapkan dapat dijadikan pedoman bagi penjual apabila membuat sebuah sistem Business to Costumer pada Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce. Penelitian berikutnya diharapkan dapat menyempurnakan desain ini dengan mengimplementasikannya ke dalam sebuah program aplikasi berbasis online..

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Windarto, Y. (2016). Pengaruh usability factor website e-commerce model B2C terhadap kepercayaan user. Jurnal Sistem Informasi (JSI), 8(2), 1106-1120.
- [2] Wang, Y. D., & Emurian, H. H. (2005). Trust in e-commerce: consideration of interface design factors. Journal of Electronic Commerce in Organizations (JEEO), 3(4), 42-60.
- [3] Lowdermilk, T., 2013. User Centered Design, O'Riley Media Inc
- [4] Bevan, N., 2005. Guidelines and standards for Web Usability. Proceedings of HCI 2005
- [5] Winardi, Kamus Ekonomi, Alumni, Bandung, 1982, hal. 97
- [6] Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, Erlangga, Jakarta , 2008, hal. 8.
- [7] Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hal. 5