

E-Commerce Peralatan Pendakian Toko Zahra Adventure Semarang

Imam Gozali^{1*}, Ardian Fachreza²

^{1,2}Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Wahid Hasyim
Jl. Menoreh Tengah X/22, Sampangan, Semarang 50236.

* Email: imam.gozalid205@gmail.com

Abstrak

E-commerce merupakan transaksi perdagangan melalui media elektronik yang terhubung dengan internet. Berdasarkan pengamatan dan fakta di lapangan, e-commerce berupa website yang menyediakan transaksi jual-beli secara online atau direct selling yang memanfaatkan fasilitas internet, website yang dapat menyediakan layanan "get and delivery". Toko Zahra Adventure merupakan toko yang menjual peralatan pendakian, sebelumnya konsumen harus mencari dan membeli barang peralatan pendakian harus datang ke toko. Pemilik toko juga merasa kesulitan dalam mengelola peralatan pendakian yang dijual serta tidak adanya laporan penjualan secara periodik. Tujuan penelitian ini yaitu merancang bangun sistem e-commerce peralatan pendakian berbasis web. Metode pengembangan sistem menggunakan metode waterfall. Hasil dari penelitian ini yaitu sebuah sistem e-commerce yang menyediakan beberapa produk mengenai alat-alat pendakian yang dijual oleh Zahra adventure untuk kebutuhan pelanggan. E-commerce di Zahra Adventure Semarang digunakan admin untuk mengelola data dan laporan, sehingga owner bisa mengevaluasi hasil dari usaha yang dijalankan.

Kata kunci: E-commerce, Toko, Outdoor, Penjualan

PENDAHULUAN

Adanya kemajuan teknologi membawa pengaruh besar dalam berbagai bidang. Salah satunya adalah toko online. Penjualan secara online dijadikan pilihan karena tidak perlu repot-repot datang langsung ke pusat perbelanjaan, toko, maupun outlet. Aplikasi e-commerce dan internet adalah salah satu sarana promosi, komunikasi, dan interaksi dengan masyarakat. Masyarakat juga dimudahkan dalam hal mendapatkan informasi. Sebagian masyarakat masih melakukan pembelian secara tradisional, hal ini menimbulkan penambahan anggaran belanja, oleh karena itu dibuat cara modern dengan memanfaatkan aplikasi e-commerce dan internet untuk meningkatkan penghasilan, membeli dengan mudah tanpa harus keluar rumah.

Dalam dunia kegiatan outdoor atau lebih spesifik pendakian gunung merupakan hobi yang menantang dan tergolong ekstrim. Kegiatan ini banyak diminati di Indonesia baik mahasiswa maupun orang dewasa, namun kurang diimbangi dengan peralatan yang memadai untuk menunjang kegiatan outdoor yang membutuhkan peralatan khusus sehingga banyak terjadi kecelakaan saat berkegiatan

outdoor terutama di gunung karena faktor peralatan yang kurang memenuhi standar keamanan. Di Indonesia sudah banyak toko outdoor namun belum tentu banyak masyarakat datang untuk membeli langsung. Untuk itu dibutuhkan sistem yang memudahkan masyarakat untuk dapat membeli tanpa datang ke toko.

Sistem e-commerce yang dibuat merupakan jenis B2C (Business to customer) Kegiatan e-businesses dalam pelayanan secara langsung kepada konsumen melalui barang atau jasa. Dengan penjualan langsung di internet dan pemesanan dapat langsung dilakukan oleh konsumen karena biaya sudah tercantum. Adapun karakteristik dari B2C yaitu informasi disebarkan secara umum, pelayanan yang bersifat umum sehingga banyak digunakan oleh banyak orang.

Pelayanan yang diberikan berdasarkan permintaan. Konsumen melakukan permintaan, maka pelaku usaha harus cepat dan siap merespon permintaan konsumen tersebut. Pendekatan yang dilakukan adalah Client Server, konsumen berada pada sisi Client, dengan menggunakan website browser untuk

mengaksesnya, dan pelaku usaha berada pada sisi server (Aulia A. M 2018).

Berdasarkan kondisi tersebut dan hasil wawancara terhadap pemilik toko dibutuhkan sistem penjualan peralatan pendakian berbasis website yang dapat memudahkan konsumen mencari dan membeli barang peralatan pendakian tanpa harus datang ke toko. Sistem tersebut juga memudahkan pemilik toko dalam mengelola peralatan pendakian yang di jual serta dapat menghasilkan laporan penjualan secara periodik.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang pertama yaitu Sistem Penjualan Alat Outdoor Pendakian Gunung Berbasis E-Commerce (Aulia A. M, 2018). Berdasarkan analisis dan penelitian yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan secara luas dan untuk memudahkan konsumen dalam mendapatkan informasi tanpa harus datang ke toko, dengan sistem yang dibangun dapat memudahkan toko dalam proses transaksi secara online melalui ATM sehingga konsumen yang diluar area Cirebon dapat bertransaksi tanpa harus datang ke toko, memudahkan pemilik toko untuk membuat laporan transaksi penjualan. Berdasarkan hasil observasi pada toko alat outdoor Sispeka Adventure dalam melakukan proses pelayanan penjualan masih menggunakan sistem manual sehingga menyebabkan kurang adanya informasi bagi pembeli tentang produk apa yang terdapat di toko alat outdoor Sispeka Adventure selain mendatangi langsung kesana. Dengan adanya sistem yang sedang berjalan tersebut maka jumlah konsumen tidak dapat meningkat serta pelayanan pemesanan alat outdoor tidak efisien dan tingkat pengiklanan produk kurang meluas. Pembayaran yang dilakukan di toko alat outdoor Sispeka Adventure dengan melakukan pembayaran secara tunai namun jika ada pembeli dari luar kota dilakukan dengan cara transfer via bank dan kemudian barang dikirimkan dengan jasa ekspedisi namun hal ini jarang terjadi karena kurangnya informasi penjualan bagi konsumen luar daerah. Pencatatan yang dilakukan di toko alat outdoor Sispeka Adventure masih sangat manual dan tidak lengkap sehingga kurangnya keakuratan data.

Penelitian terdahulu yang kedua yaitu Sistem Informasi Penjualan Peralatan

Pendakian Gunung Toko Sativa Outdoor Berbasis Website (Awaludin R, 2017). Berdasarkan hasil riset lapangan dan proses pembuatan website, maka dapat diambil kesimpulan untuk mempermudah konsumen memperoleh informasi lengkap mengenai penjualan peralatan pendakian gunung di toko Sativa Outdoor, dan memperluas dalam pengelolaan data laporan transaksi penjualan toko Sativa Outdoor. Proses Bisnis dari Toko Sativa Outdoors diawali dari customer datang ke toko, kemudian melihat dan memilih peralatan gunung, setelah itu customer membeli barang tersebut dan menyerahkan kepada karyawan toko setelah itu karyawan toko tersebut menyerahkan barang tersebut ke bagian kasir, kemudian kasir menerima barang tersebut, kasir lalu membuat nota pembayaran dan memberikan nota pembayaran kepada customer, kemudian customer menerima nota pembayaran, setelah itu customer membayar barang tersebut, kemudian kasir menerima pembayaran tersebut, lalu kasir menyerahkan bukti pembayaran, kemudian customer menerimanya dan selesai sudah transaksi, kemudian kasir membuat laporan penjualan, dan kemudian laporan di serahkan kepada owner.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan yang peneliti kerjakan yaitu sistem penjualan peralatan pendakian berbasis website toko Zahra Adventure ini dilengkapi dengan rating dari pengunjung atau pembeli, sehingga pemilik toko mengetahui peralatan mana saja yang lebih banyak disukai oleh pembeli. Hal tersebut menentukan ketersediaan stok yang harus ada, mengingat peralatan tersebut banyak dicari oleh pembeli.

2.2 Penjualan

Menurut Mulyadi (2001) penjualan adalah suatu aktivitas perusahaan yang utama dalam memperoleh pendapatan, baik untuk perusahaan besar maupun perusahaan kecil, sedangkan penjualan menurut Simamora (2000) adalah pendapatan lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa. Marom (2002) mendefinisikan penjualan artinya penjualan barang dagangan sebagai usaha pokok perusahaan yang biasanya dilakukan secara teratur.

Kegiatan penjualan dalam suatu perusahaan adalah kegiatan yang penting,

karena dengan adanya kegiatan penjualan tersebut maka akan terbentuk laba yang dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Tujuan umum penjualan yang dimiliki oleh perusahaan (Swastha, 2005), yaitu:

1. Mencapai volume penjualan tertentu
2. Mendapat laba tertentu
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

2.3 E-Commerce

E-Commerce adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen melalui sistem elektronik seperti internet WWW (World Wide Web), atau jaringan komputer lainnya. E-commerce dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis dan sistem pengumpulan data otomatis (Santoso dkk, 2014). Pada e-commerce terdapat beberapa komponen yang terkait, dimana komponen-komponen ini membentuk sebuah mekanisme pasar e-commerce, (Santoso dkk, 2014).

1. Konsumen
Konsumen disini berbicara mengenai para pengguna internet yang dijadikan sebagai target pasar yang potensial untuk diberikan berbagai macam penawaran baik berupa produk, jasa maupun informasi oleh penjual.
2. Penjual
Penjual merupakan pihak yang menawarkan produk, jasa atau informasi kepada para konsumen baik secara individu maupun organisasi. Proses penjualan dapat dilakukan dengan menggunakan media website yang dimiliki oleh penjual.
3. Produk
Pada transaksi e-commerce, sesungguhnya produk yang ditawarkan adalah produk digital. Hal ini dikarenakan konsumen tidak melihat secara langsung produk yang ditawarkan dalam bentuk fisik melainkan hanya merupakan gambar visualisasi dalam bentuk katalog produk dalam halaman website.
4. Front end
Front end merupakan aplikasi website yang dapat berinteraksi dengan para pengguna secara langsung. Beberapa proses bisnis yang terdapat pada frontend ini antara lain adalah katalog, keranjang belanja (shopping cart) dan mesin pencari (search engine).

5. Infrastruktur
Infrastruktur pasar yang menggunakan media elektronik meliputi penggunaan perangkat keras, perangkat lunak dan juga sistem jaringan komputer seperti penggunaan jaringan komunikasi internet.
6. Back end
Back end merupakan bentuk aplikasi yang secara tidak langsung berperan sebagai pendukung dari aplikasi front end. Semua aktifitas yang berkaitan dengan pemesanan barang, manajemen pengelolaan produk, proses pembayaran dan pengiriman barang termasuk dalam proses bisnis back end.
7. Partner Bisnis
Partner bisnis merupakan pihak yang dapat melakukan kolaborasi atau kerjasama dengan para produsen. Contoh partner bisnis adalah seperti bank yang dapat memudahkan proses pembayaran (payment gateway) yang dilakukan oleh para konsumen baik via transfer ataupun mobile banking
8. Support services
Beberapa layanan yang masuk ke dalam support services adalah trustservice, yang menjamin keamanan dalam proses transaksi e-commerce.

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

Penelitian menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan berupa hasil observasi dan wawancara. Data sekunder yang digunakan berupa bahan pustaka atau literatur, penelitian terdahulu, dan dokumen pendukung dari Zahra Adventure Semarang. Metode pengumpulan data penelitian adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung di Zahra Adventure Semarang yang beralamat di Perumahan Griya Utama Bandar Dowo Baru, Jalan Neptunus III No.166 Karangroto, Jawa Tengah. Observasi dilakukan dengan mengamati semua proses yang dilakukan di Zahra Adventure Semarang dan mengambil informasi secara detail seputar kekurangan yang ada di dalam Zahra adventure Semarang. Wawancara dilakukan dengan mengadakan tanya jawab kepada pemilik Zahra Adventure untuk melengkapi kebutuhan informasi yang akan digunakan dalam pembuatan sistem.

3.2 Metode Pengembangan Perangkat Lunak

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode waterfall. Metode ini merupakan model SDLC air terjun (waterfall) sering disebut juga dengan model sekuensial linier (Sequensial Linier) atau alur hidup klasik (classic life cycle). Model air terjun menyediakan pendekatan alur hidup perangkat lunak secara sekuensial atau terurut dimulai dari analisis, desain, pengkodean, pengujian dan tahap pendukung (support). Metode ini juga sangat sering digunakan dalam pengembangan sistem. Sehingga pemilihan kode waterfall sangat membantu peneliti dalam pengembangan aplikasi yang akan dirancang dalam penelitian ini.

1. Analisis kebutuhan perangkat lunak
 Pada tahapan ini peneliti melakukan analisis dan mengumpulkan kebutuhan kemudian menspesifikasikan seperti apa perangkat lunak yang dibutuhkan di Zahra Adventure Semarang.
2. Desain
 Tahapan desain dilakukan dengan cara membuat sketsa awal dari program yang akan dibuat, setelah semua kebutuhan terkumpul. Kemudian peneliti membuat rancangan secara langsung didalam software text editor untuk menunjukkan hasil nyatanya secara sementara. Desain program harus disesuaikan dengan desain awal. Pembagian konten menu dan lainnya harus berpusat pada desain awal. Sehingga hal tersebut tidak akan menyulitkan peneliti untuk merancang bentuk dari website yang akan dibuat dalam penelitian ini.
3. Pembuatan kode program
 Pada tahapan pengkodean peneliti mentranslasikan desain ke dalam bahasa pemrograman PHP. Hasil dari tahap ini adalah program komputer yang sesuai dengan desain yang telah dibuat pada tahapan desain.
4. Pengujian
 Ditahapan pengujian perangkat lunak peneliti berfokus pada segi logic dengan menguji function pada kode yang dibuat dan fungsional dengan munguji link, button dan menu-menu yang ada dan memastikan bahwa semua bagian telah diuji. Hal ini dilakukan untuk meminimalisirkan kesalahan (error) untuk memastikan bahwa

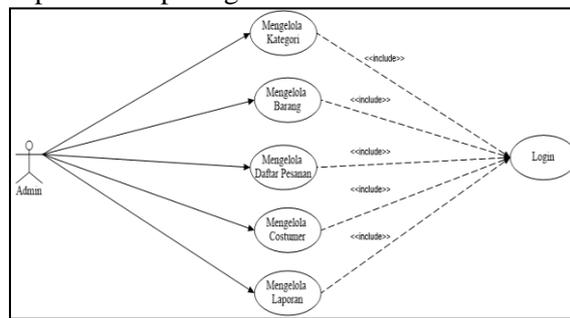
keluaran dari perangkat lunak sesuai dengan yang dilakukan.

5. Pemeliharaan
 Pemeliharaan dilakukan dengan cara pengamatan ketika pelanggan lain mengakses website e-commerce Zahra Adventure Semarang apakah ada kendala atau tidak.

3.3. Perancangan

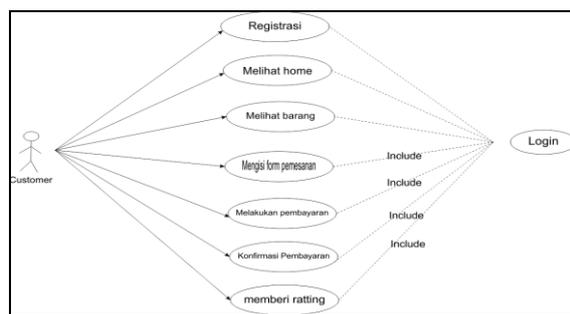
3.3.1 Usecase Diagram

Secara umum Usecase digunakan untuk mendeskripsikan fungsi apa saja yang ada pada sebuah sistem. Use case sistem e-commerce di Zahra Adventure Semarang untuk peran admin dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Usecase Admin

Pada gambar 1. terdapat Usecase admin yang mendiskripsikan sebuah fungsi sistem apa saja yang bisa dilakukan oleh Admin dalam pengolahan data di Zahra adventure semarang. Use case peran customer dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Usecase Customer

Pada gambar 2. terdapat Usecase Customer atau pelanggan yang mendiskripsikan fungsi sistem yang dapat dilakukan oleh pelanggan seperti menginputkan pemesanan atau order.

mengenai alat-alat pendakian yang di jual oleh Zahra adventure untuk kebutuhan pelanggan, yang meliputi produk apa saja yang dibutuhkan dalam pendakian. E-commerce di Zahra Adventure Semarang memungkinkan admin untuk mengelola data dan laporan, sehingga owner bisa mengevaluasi hasil dari usaha yang dijalankan. Admin dapat mengelola data informasi pelanggan dengan baik yang berkaitan dengan penjualan tersebut.

Pengembangan selanjutnya bisa menambahkan sistem keamanan pada e-commerce di Zahra Adventure Semarang. Pengembangan selanjutnya bisa menambahkan informasi yang selalu update tentang pendakian gunung khususnya di Jawa Tengah pada e-commerce Zahra Adventure Semarang. Pengembangan selanjutnya bisa menambahkan informasi event yang diharapkan dapat memberitahu customer yang terdaftar untuk melakukan kegiatan outdoor bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, Angga Muhammad. (2018). *Sistem Penjualan Alat Outdoor Pendakian Gunung Berbasis E-Commerce (Studi Kasus: Sispeka Adventure Cirebon)*. Tugas Akhir thesis, Universitas Teknologi Yogyakarta.
- Awaludin Rahmat (2017) Sistem Informasi Penjualan Peralatan Pendakian Gunung Toko Sativa Outdoors Berbasis Website, <https://repository.bsi.ac.id/index.php/repo/viewitem/1903>.
- Marom, Chairul. 2002. *Sistem Akuntansi Perusahaan Dagang, Edisi kedua*. Jakarta: Grasindo.
- Mulyadi. 2001. *Sistem Akuntansi, Edisi ke-3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Santoso Sugeng, Himawan dan Asep Saefullah. 2014. Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online (E-Commerce) pada CV Selaras Batik menggunakan Analisis Deskriptif, *Journal of Informatics* , Vol. 1, No. 1, Mei 2014, ISSN 2407-7658 | 55-56
- Simamora, Henry. 2000. *Akuntansi: Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Swastha, Basu. 2005. *Manajemen Penjualan, Cetakan ke-12*. Yogyakarta:Liberty.