

IMPLEMENTASI E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PENJUALAN ONLINE (STUDI KASUS PADA TOKO PASTBRIK KOTA MALANG)

Shabur Miftah Maulana

Heru Susilo

Riyadi

Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya

Malang

shaburmiftah@gmail.com

ABSTRACT

Shabur Miftah 2015, E-Commerce Implementation as Media Online Sales (Case Study on Pastbrik Store in Malang). This research took a title of E-Commerce Implementation as Media Online sales. The purpose in this research is implements the e-commerce website which serves as a promotion media and electronic sales. And to know what's problems be faced in implementation of e-commerce website. This kind of this research is qualitative research. This reserach took a case study on Pastbrik Store in Malang. The source of the data obtained by primary data and secondary data source. The data collection technique in this research use observation, interview and documentation. The research result use e-commerce implementation with opencart software on pastbrik store in Malang will be able to help reduce cost and can convey information in detail and quickly about this product to konsumen. Based on research result be expected to help pastbrik store for receive a good profit and can compere with similar stores.

Keywords: Implementation, E-Commerce, Online

ABSTRAK

Shabur Miftah 2015, Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang). Drs. Heru Susilo, MA, Drs. Riyadi, M.Si. Penelitian ini mengambil judul tentang Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengimplementasikan website e-commerce yang berfungsi sebagai media promosi dan penjualan elektronik. Serta mengetahui kendala yang dihadapi dalam mengimplementasikan website e-commerce. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kualitatif. Penelitian ini mengambil studi kasus pada toko Pastbrik Kota Malang. Sumber data yang diperoleh yaitu melalui sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik Pengumpulan data yang dilakukan peneliti menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menggunakan implementasi e-commerce dengan menggunakan software opencart pada toko Pastbrik Malang akan dapat membantu mengurangi biaya yang dikeluarkan serta dapat menyampaikan informasi secara detail dan cepat mengenai produk kepada pelanggan, Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu toko Pastbrik untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal serta dapat bersaing dengan toko yang sejenis.

Kata kunci : Implementasi, E-Commerce, Penjualan online

1. PENDAHULUAN

Dinamika persaingan bisnis dalam perkembangan dunia teknologi informasi yang semakin maju dan pesat dari waktu ke waktu sudah terasa dampaknya oleh sebagian besar masyarakat dari yang sederhana menjadi modern dan serba cepat sehingga berdampak pada perilaku informasi dalam segala bidang, baik bidang pendidikan, kesehatan, hiburan, sumber informasi, tenaga kerja, dunia bisnis dan komunikasi tanpa batasan tempat dan waktu, kebutuhan informasi yang lebih cepat dan murah tentunya menuntut para pemberi informasi untuk memiliki sebuah media *online*, dimana informasi yang disajikan bisa dengan mudah dan cepat didapatkan oleh konsumen informasi. Hal ini dapat dilakukan dengan penggunaan *internet*.

Penggunaan internet untuk aktivitas transaksi bisnis dikenal dengan istilah *Electronic Commerce (E-Commerce)*. *E-Commerce* dapat terjadi antara organisasi bisnis dengan konsumen, meliputi penggunaan Internet dan *World Wide Web* untuk penjualan produk dan pelayanan untuk konsumen (Doolin, *et al.*, 2005). Penggunaan *e-commerce* telah mengalami peningkatan di Indonesia (DailySocial dan Veritrans, 2012). Penggunaan *internet* untuk transaksi bisnis sudah dianggap sebagai suatu hal yang penting, hal ini ditandai dengan meningkatnya jumlah pengusaha yang menggunakan *e-commerce* dalam perusahaannya.

Dalam dunia bisnis, *website* dalam bentuk *e-commerce* sudah merupakan kebutuhan dari suatu bisnis yang telah maju saat ini untuk pengembangan usaha karena terdapat berbagai manfaat yang dimiliki oleh *e-commerce*. Diantaranya adalah para konsumen tidak perlu datang langsung ke toko untuk memilih barang yang ingin dibeli dan bagi perusahaan dapat melaksanakan kegiatan transaksi selama 24 jam. Kedua, dari segi keuangan konsumen dapat menghemat biaya yang dikeluarkan dan bagi pengusaha dapat menghemat biaya promosi, apabila lokasi toko jauh, konsumen dapat menghemat ongkos perjalanan dengan diganti biaya pengiriman yang jauh lebih murah dan bagi pengusaha dapat memasarkan tokonya ke wilayah yang lebih luas.

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*.

Menurut McLeod (2008 : 59). Perdagangan elektronik atau yang disebut juga *e-commerce*, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pengertian dari *e-commerce* adalah 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 negara dengan adanya teknologi digital. Biaya operasional dapat ditekan sedikit 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. Keempat Bisnis dapat dijalankan tanpa mengenal batas waktu karena dijalankan secara online melalui internet yang selalu beroperasi tiap hari. Kelima konsumen dapat berbelanja di seluruh 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*). Terdapat pula, penawaran *website* yang tidak berbayar juga tersedia secara gratis di Internet. Peluang akan *website* yang tidak berbayar ini rupanya belum diketahui oleh para pelaku bisnis dalam mengembangkan usahanya. Salah satu *website e-commerce* tidak berbayar tersebut adalah Opencart.

Opencart merupakan aplikasi gratis berbasis *open source* yang digunakan sebagai media pembuat toko *online* atau *website e-commerce*, dan aplikasi lainnya yang tergolong gratis seperti joomla, magento, opencart dan lain-lain. Alasan peneliti

menggunakan opencart sebagai pembuat *website e-commerce* dikarenakan opencart memiliki banyak keunggulan seperti tampilan user interface yang menarik serta banyak modul-modul gratis sebagai *adds on* untuk *website* yang akan dibangun, juga sudah ada *developer* dari Indonesia dan sub forum berbahasa Indonesia yang memudahkan pengguna untuk belajar tentang Opencart.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengimplementasikan *website e-commerce* yang dituangkan dalam skripsi dengan judul “**Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online “(Studi Kasus pada Toko Pastbrik Kota Malang)”**”.

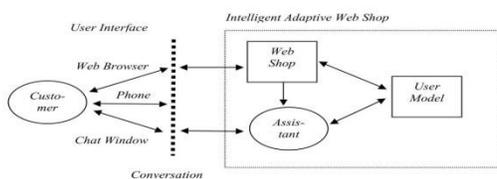
2. KAJIAN PUSTAKA

Definisi Sistem Informasi

Menurut O’Brien (2005), sistem informasi adalah suatu kombinasi teratur apapun dari *people* (orang), *hardware* (perangkat keras), *Software* (piranti lunak), *computer networks and data communications* (jaringan komunikasi), dan *database* (basis data) yang mengumpulkan, mengubah dan menyebarkan informasi di dalam suatu bentuk organisasi.

Definisi E-commerce

Menurut Laudon dan Laudon (1998) *E-Commerce* adalah suatu proses membeli dan menjual produk - produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. Media yang dapat digunakan dalam aktivitas *e-commerce* adalah *world wide web internet*.



Gambar 1 : Struktur system E-Commece berbasis web

Sumber : Aberg dan Shahmehri (2000)

Komponen E-commerce

Menurut Hidayat (2008:7) ada beberapa kelebihan yang dimiliki e-commerce dan tidak dimiliki oleh transaksi bisnis yang dilakukan secara *offline*, beberapa hal tersebut adalah sebagai berikut ini :

1. **Produk:** Banyak jenis produk yang bisa dipasarkan dan dijual melalui internet seperti pakaian, mobil, sepeda dll.
2. **Tempat menjual produk:** tempat menjual adalah internet yang berarti harus memiliki domain dan hosting.
3. **Cara menerima pesanan:** Email, telpon, sms dan lain-lain.
4. **Cara pembayaran:** Credit card, Paypal, Tunai
5. **Metode pengiriman:** Menggunakan Pos Indonesia, EMS, atau JNE
6. **Customer service:** email, Contact us, Telepon, Chat jika tersedia dalam software

Jenis E-commerce

Penggolongan *e-commerce* pada umumnya dilakukan berdasarkan sifat transaksinya. Menurut Laudon dan Laudon (2008:63), penggolongan *e-commerce* dibedakan sebagai berikut:

1. **Business to Consumer (B2C),**
2. **Business to business (B2B).**
3. **Consumer to Consumer (C2C).**
4. **Peer-to-peer (P2P).**
5. **Mobile Commerce (M-Commerce)**

e-commerce yang dimaksud dalam penelitian ini termasuk dalam golongan *Business to Consumer* (B2C), yang mencakup transaksi jual, beli, dan pemasaran kepada individu pembeli dengan media internet melalui penyedia layanan *e-commerce*, seperti Kaskus, Toko Bagus, dan berniaga.com. Di dalam proses transaksi *e-commerce*, baik itu B2B maupun B2C, melibatkan lembaga perbankan sebagai institusi yang menangani transfer pembayaran transaksi.

Mekanisme Perdagangan di Sistem E-Commerce.

Proses jual-beli di sistem *e-commerce* yang membedakan dengan proses jual-beli tradisional adalah semua proses mulai dari mencari informasi mengenai barang atau jasa yang diperlukan, melakukan pemesanan, hingga pembayaran dilakukan secara elektronik melalui media internet. Menurut Meier dan Stormer (2009), mekanisme perdagangan di sistem *e-commerce* dijelaskan melalui rantai nilai dalam *e-commerce* sebagai berikut:

1. **E-Products dan E-Services**
2. **E-Procurement**
3. **E-Marketing**
4. **E-Contracting**
5. **E-Distribution**

6. *E-Payment*
7. *E-Customer Relationship Management.*

Metode Pembayaran E-Commerce

Menurut Prihatna (2005 :19) dalam transaksi yang menggunakan *e-commerce* terdapat 3 metode pembayaran yang dapat digunakan:

1. *Online Prosesing Credit Cart*

Metode ini digunakan untuk produk yang bersifat retail dimana mencakup pasar yang sangat luas yaitu seluruh dunia. Pembayaran dilakukan secara langsung atau saat itu juga

2. *Money Transfer*

Pembayaran dalam metode ini lebih aman namun membutuhkan biaya fee bagi pihak penyedia jasa money transfer untuk mengirim sejumlah uang ke Negara lain.

3. *Cash on Delivery*

Pembayaran dengan bayar di tempat ini hanya bisa dilakukan jika konsumen langsung data ke toko tempat produsen menjual produknya atau berada dalam satu wilayah yang sama dengan penyedia jasa.

Sistem Pendukung Penerapan E-Commerce

1. **Open Source**

Menurut Schmidt (2003:475), *Open Source Software* (OSS) adalah perangkat lunak yang kode sumbernya terbuka, yang tersedia secara bebas, untuk umum. Menurut definisi di atas dapat disimpulkan *open source* merupakan istilah yang digunakan untuk *software* yang membebaskan *source code* untuk di lihat oleh orang lain dan membiarkan orang lain mengetahui cara kerja dari *software* tersebut.

2. **Opencart**

OpenCart adalah salah satu aplikasi *web* yang berbasis CMS (*Content Management System*) khusus untuk penjualan secara online (*e-commerce*). *OpenCart* merupakan aplikasi *webstore* (toko online) yang berbasis PHP dan MySQL yang dapat dikelola dengan sistem CMS, dimana untuk penggunaannya bersifat *Opensource* dan gratis untuk siapa saja.

3. **MySQL**

Menurut Kadir (2013:413) “SQL (*Structured Query Language*) adalah suatu bahasa yang digunakan untuk mengakses *database* relasional”. Bahasa ini mendukung perintah untuk membuat *database*, menciptakan tabel, menambah data, mengubah data, menghapus data dan mengambil data yang berada dalam *database*. SQL juga

menyediakan perintah untuk mengatur akses *database* sehingga keamanan data bisa terjamin. Artinya, bisa diatur agar pemakai tertentu hanya bisa mengakses data tertentu.

4. **Hipertext Preprocessor (PHP)**

PHP adalah bahasa pemrograman yang ditujukan untuk pembuatan aplikasi web. PHP memungkinkan pembuatan aplikasi web yang dinamis, dalam arti dapat membuat halaman *web* yang dikendalikan oleh data. Dengan demikian, perubahan data akan membuat halaman *web* ikut berubah tanpa harus mengubah kode yang menyusun halaman web (Kadir, 2013:17).

5. **XAMPP**

XAMPP merupakan *software web server* yang berguna dalam pengembangan *website* yang didalamnya sudah tersedia *database server* MySQL dan dapat mendukung pemrograman PHP. XAMPP merupakan *software* gratis, dapat dijalankan di sistem operasi *Windows*, *Linux* maupun *Mac OS*. *Software* XAMPP bisa didapatkan gratis pada <http://www.apachefriends.org/en/xampp.html> sesuai dengan *operating system* yang digunakan.

Pengembangan Sistem

1. **Perlunya Pengembangan Sistem**

Pengembangan sistem dapat berarti tindakan menyusun, mengubah, maupun menggantikan suatu sistem yang lama dengan sistem yang baru untuk mengganti sistem yang lama atau memperbaiki sistem yang telah ada. Menurut Jogiyanto (2005:35) suatu sistem perlu diganti atau diperbarui dikarenakan hal-hal sebagai berikut :

- Adanya permasalahan-permasalahan yang timbul dari sistem yang digunakan atau sistem yang lama
- Untuk meraih kesempatan-kesempatan dan mendapatkan hasil yang lebih maksimal
- Adanya instruksi-instruksi untuk penggunaan sistem yang baru

2. **Prinsip Pengembangan Sistem**

Menurut Jogiyanto (2005:38-41) dalam proses pengembangan sistem, ada beberapa prinsip yang tidak boleh dilupakan, prinsip-prinsip tersebut adalah sebagai berikut :

- Sistem yang dikembangkan untuk manajemen
- Sistem yang dikembangkan adalah investasi modal yang besar yang mana akan menjadi landasan kedepannya

- Sistem yang dikembangkan memerlukan orang yang mengerti tentang sistem yang akan digunakan
- Tahapan kerja dan tugas-tugas yang harus dilakukan dalam proses pengembangan sistem
- Proses pengembangan sistem tidak harus urut
- Jangan takut membatalkan proyek
- Dokumentasi harus ada untuk pedoman dalam pengembangan sistem

Implementasi Sistem

Tahap implementasi merupakan akuisisi dan integrasi dari sumber daya fisik dan konseptual yang membuat sebuah sistem berjalan (McLeod, 2001:133). Disebutkan dalam NYS *Project Management* tujuan dari implementasi sistem adalah membuat persediaan sistem baru yang disiapkan untuk pengguna, dan memposisikan dukungan terus-menerus terhadap pemeliharaan sistem dalam pelaksanaan organisasi (peralihan).

Dalam hal ini yang dimaksud dengan implementasi *e-commerce* adalah menerapkan penggunaan website *e-commerce* dengan menggunakan *software* opencart. Opencart adalah salah satu aplikasi *e-commerce* yang dapat langsung digunakan dan merupakan aplikasi gratis berbasis *open source* yang digunakan sebagai media pembuat toko *online* atau website *e-commerce*. Beberapa tahap yang dilakukan dalam melakukan implementasi penggunaan *e-commerce*. Tahap tersebut adalah sebagai berikut :

- Eksplorasi
Tujuan dari tahap eksplorasi adalah untuk memberikan solusi dan mengidentifikasi perlunya perubahan untuk menetapkan tujuan sebelum *e-commerce* diterapkan .
- Instalasi
Tujuan dari tahap instalasi adalah untuk membangun kapasitas sistem yang akan mendukung pelaksanaan antara lain perangkat lunak, perangkat keras dan sumber daya manusia yang digunakan.
- Implementasi Awal
Tahap implementasi awal bertujuan untuk mencapai hasil yang diharapkan dalam mendapatkan sistem yang baru. Dalam hal ini peneliti memulai menginstal software XAMPP dan Opencart.

- Implementasi Penuh
Setelah proses instalasi awal selesai barulah sistem *e-commerce* diupload kedalam domain dan siap untuk digunakan oleh toko Pastbrik Malang serta para pelanggan yang mengakses sistem tersebut.
- Ekspansi
Tujuan dari tahapan Ekspansi adalah memulai penggunaan sistem baru untuk memperluas sistem pemasaran setelah proses pelaksanaan instalasi berhasil dilakukan.
- Pelatihan Pegawai
Tujuan dari pelatihan pegawai adalah memberikan pengarahan tentang penggunaan system dari system yang lama ke system yang baru

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dimana penelitian deskriptif sesuai dengan tujuan penelitian. Selain menggunakan penelitian deskriptif penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif

Fokus Penelitian

Fokus penelitian 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 penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Gambaran Sistem penjualan yang ada pada Toko Pastbrik.
- Implementasi website *e-commerce* pada Toko Pastbrik yang berfungsi sebagai media Promosi dan Penjualan secara Elektronik

Sumber Data

Sumber data dapat diperoleh melalui dua cara yaitu:

- Sumber Data Primer
- Sumber Data Sekunder

Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- Observasi
- Wawancara
- Dokumentasi
- Instrumen Penelitian
- Peneliti Sendiri

- Catatan Lapangan
- Pedoman Wawancara

Keabsahan Data

Subjektivitas peneliti merupakan hal yang dominan dalam penelitian kualitatif, mengingat dalam penelitian kualitatif, peneliti sebagai instrument penelitian yang utama, ditambah lagi teknik pengumpulan utama penelitian 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*

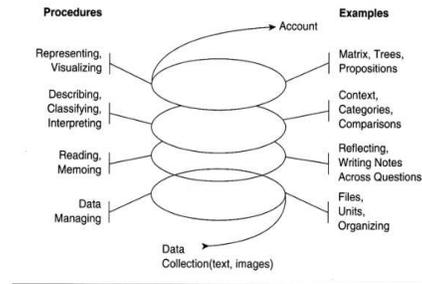
Metode Analisis Data

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 ke dalam kategori, menjabarkan ke unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Data yang telah diperoleh dari hasil penelitian, 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 Pastbrik 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 computer.
- *Reading, Memoring*, yaitu memahami dan mengingat kerja dari sistem yang ada pada Toko Pastbrik.

- *Describing, Classifying, and Interpreting*, yaitu mendeskripsikan, mengelompokkan sistem yang ada pada Toko Pastbrik kemudian memberikan saran untuk pembuatan sistem yang baru.
- *Representing, Visualizing*, yaitu menyajikan dan menampilkan gambaran dari sistem yang baru pada Toko Pastbrik 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
- Ekspansi
- Pelatihan Pegawai

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

1. Data Collection (Pengumpulan data)

Pengumpulan data dalam implementasi *e-commerce* disini dilakukan dengan cara wawancara dan dokumentasi dengan pemilik toko Hasil dari wawancara yang dilakukan dengan pemilik toko pada tanggal 8 Maret 2015 adalah sebagai berikut :

- **Peneliti** : Bagaimana untuk sistem penjualan yang ada pada toko Pastbrik 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.

- **Peneliti** : Bagaimana untuk mempromosikan produk baru kepada pelanggan ?
- **Informan** : Saat ini untuk promosi produk baru menggunakan media sosial seperti instagram, twitter, facebook atau dengan mensponsori beberapa acara musik.
- **Peneliti** : 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 pakaian yang lain yang sudah mulai menggunakan sistem penjualan *online*.

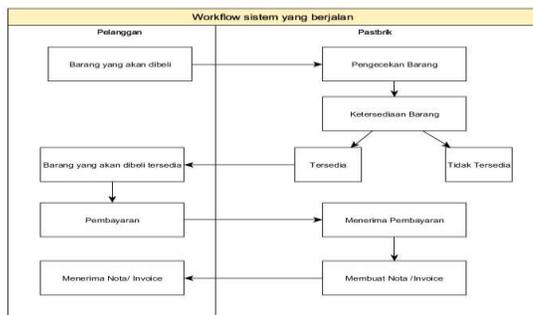
2. Data Managing (Mengolah Data)

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

3. Reading, Memoring

Pada tahapan ini digambarkan proses sistem yang ada ataupun sedang berjalan di toko Pastbrik pada saat ini yang mana masih bersifat konvensional. Gambaran sistem yang sedang berjalan pada toko pastbrik saat ini adalah sebagai berikut :

Tabel 1 : Workflow sistem yang sedang Berjalan



Sumber : Data primer diolah, 2015

4. Describing, Classifying, Interpreting

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

Masih bersifat konvensional, Yaitu pembeli harus datang langsung ke toko

Pemasaran sangat terbatas karena hanya disekitaran kota malang saja

Pembayaran masih bersifat offline

5. Representing, Visualizing

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

IMPLEMENTASI SISTEM

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 Instalasi.

Tujuan dari tahap instalasi adalah untuk membangun kapasitas sistem yang akan mendukung pelaksanaan antara lain perangkat lunak, perangkat keras dan sumber daya manusia yang digunakan.

Implementasi e-commerce pada toko pastbrik kota malang menggunakan spesifikasi perangkat keras tercantum pada tabel berikut ini :

Tabel 2 : Perangkat Keras yang digunakan

No	Perangkat Keras	Spesifikasi	
1	Processor	Core i3-4030U 1,9 GHz	
2	RAM	4096 MB	
3		VGA	NVIDIA Geforce 820m
4		Hardisk	500 GB
5		Monitor	14'' Resolusi 1366x768
6		Mouse	Logitech
7		Keyboard	ASUS

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Sedangkan untuk perangkat lunak (*software*) yang digunakan dalam melakukan implementasi *e-commerce* pada toko Pastbrik kota Malang spesifikasi yang digunakan tercantum pada tabel berikut :

Tabel 3 : Perangkat Lunak yang digunakan

No	Perangkat Lunak	Keterangan
1	Windows 7 Ultimate 64-Bit	Sistem Operasi
2	IndoWebsite	Layanan <i>Hosting</i>
3	Xampp	<i>Local Server</i>
4	Opencart	<i>Open Source</i>
5	Filezilla	<i>Open Source</i>
6	Mozilla Firefox	<i>Web Browser</i>
7	ACDSee	<i>Photo Editor</i>

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

2. Implementasi Awal

Pada tahap implementasi awal ini peneliti melakukan instalasi program Opencart dimana Opencart akan di install melalui *localhost* sampai dengan *hosting*, yang dimaksud dengan *Localhost* 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 peneliti menginstall di *localhost* sebelum *hosting* dikarenakan selain mengetahui kekurangan dan kelebihan aplikasi peneliti juga dapat menghemat penggunaan internet jika ada kesalahan yang dialami sebelum di *upload* pada *hosting* yang akan digunakan.

3. Implementasi Penuh

Pada tahap implementasi penuh ini setelah *local server* Opencart dibuat yaitu meng-*upload* data pada *hosting* yang digunakan kemudian memasukkan ke dalam domain yang akan digunakan kemudian mengakses website yang telah diinstall dengan menuliskan alamat website www.pastbrikmalang.com ke dalam *address bar browser*,

4. Ekspansi

Pada tahap ini adalah tahapan penggunaan program Opencart tersebut. Adapun tahapan dalam

menggunakan program tersebut adalah dengan login melalui CPANEL

5. Pelatihan Pegawai

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

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Sistem penjualan yang digunakan oleh toko Pastbrik saat ini masih menggunakan sistem *konvensional/offline* dimana pembeli untuk mendapatkan barang yang diinginkan harus datang langsung ke toko untuk mencari barang yang diinginkan jika barang yang diinginkan sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan, pelanggan dapat langsung membayarnya di kasir. 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* opencart pada toko Pastbrik 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

B. 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.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Kristanto, Andri. (2008), *Perancangan Sistem Informasi Dan Aplikasinya*, Penerbit Gaya Media Yogyakarta
- Aberg, J., and Shahmehri, N. 2000. *The Role of Human Web Assistants in E-Commerce: An Analysis and A Usability Study*. Internet Research Electronic Networking Applications and Policy
- Creswell, John W. 2007. *Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among Five Approaches*. London : Sage Publication Inc
- Gaertner, N. dan Smith, M. 2001. E-Commerce in a Web-based Environment: Auditing Relative Advantages in The Australian Health Sector, *Managerial Auditing Journal*.
- Hidayat, Taufik. 2008. *Panduan Membuat Toko Online dengan OSCommerce*, Jakarta : Mediakita
- Jogyanto. 2005. *Analisis Dan Desain Sistem Informasi Manajemen*. Edisi kelima :
- Pendekatan Terstruktur Teori Dan Praktek Aplikasi Bisnis & Sistem Teknologi Informasi. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sanusi, M Arsyad. 2001. *E-Commerce Hukum dan Solusinya*. Jakarta: Mizan Grafik Sarana
- Oetomo, Budi Sutedjo Dharma. 2002. *Perencanaan dan Pembangunan Sistem Informasi*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Sampurna. 1996. *Belajar Sendiri Membuat Home Page dengan HTML*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Soendari, Tjutju. 2012. *Keabsahan Data Penelitian Kualitatif*. diakses pada tanggal 6 Maret 2014 dari <https://www.its.ny.gov/pmmp/guidebook2/SystemImplementation.pdf>
- Spica, Luciana dan Robahi, Lidia. 2005. *Penerapan E-Commerce sebagai upaya meningkatkan persaingan bisnis perusahaan*. STIE Perbanas Surabaya
- Triton PB. 2006. *Mengenal E-Commerce dan Bisnis di Dunia Cyber*. Yogyakarta: Argo Publisher.