

Perancangan *Website E-Commerce* UD. Sardono.

Cahyono Wantosusilo Kuncoro¹, Aristarchus Pranayama², Ryan Pratama Sutanto³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalanketo 121 – 131, Surabaya

Email: Cahyonowk@yahoo.com

Abstrak

Pada jaman teknologi yang semakin pesat, masyarakat lebih suka hal yang praktis. Masyarakat lebih banyak menghabiskan waktunya pada dunia maya, hampir semua hal dapat ditemukan di dunia maya. Banyak bermunculan *website e-commerce* yang menjual barang – barang secara cepat dan menjangkau untuk dilihat dari berbagai daerah dan Negara lain. Pembuatan *website e-commerce* ini sebagai alat bantu untuk menghadapi perubahan jaman yang semakin berkembang. Tujuan dari penelitian ini untuk *website e-commerce* UD. Sardono yang dapat memperkenalkan produk-produk pada pelanggan.

Kata Kunci: *E-commerce*, Perancangan, Produk, Teknologi, *Website*.

Abstract

Title: UD. Sardono *E- Commerce Website Design*.

In the fast growing era of technology, people tend to like practical things. People spend their time mostly on the internet, where almost everything can be found. Many emerging e-commerce websites that sell goods fast and can be reached by most people anywhere, anytime. The development of this e-commerce website is to be a tool to face this fast-changing era. The purpose of this thesis is to make an e-commerce website for UD. Sardono which can introduce UD. Sardono's products to its customer.

Keywords: *E – commerce, Design, Products, Technology, Website*

Pendahuluan

Bisnis keluarga adalah sebuah keunggulan untuk generasi penerus, dimana hal ini mungkin saja akan bertolak belakang dengan keinginan sang anak. Kebanyakan pemikiran orang tua tidak sama dengan generasi muda. Para generasi muda lebih berfikir sederhana mengikuti perkembangan teknologi komunikasi sedangkan orang tua lebih terbiasa dengan cara lama. UD. Sardono, Songoyudan 48, Surabaya. UD. Sardono menjual peralatan rumah tangga seperti piring, gelas, sedok, garpu, pisau dan lain – lain.

UD. Sardono akan di lanjutkan oleh generasi 80-90 an yang pastinya sudah menikmati berkembangnya teknologi. Persiapan para generasi selanjutnya adalah merubah sebuah toko yang masih bersistem yang lama .

Penjualan toko ini 90 % adalah barang partai dan 10% nya lagi adalah barang ecer. Para pembeli didominasi oleh pelanggan lama dan mereka berasal dari luar pulau. Kebiasaan dari pelanggan

adalah memesan barang-barang yang pernah dipesan sebelumnya dalam arti kebanyakan dari mereka ragu untuk membeli barang dengan tipe yang baru. Para pelanggan tidak bisa melihat langsung barang baru yang ditawarkan karena bertempat tinggal di luar pulau. Masalah ini timbul dikarenakan UD. Sardono sudah tidak memakai jasa *sales* dari akhir tahun 2009.

Berkembangnya jaman yang lebih menggunakan teknologi dan adanya internet, semua hal menjadi lebih mudah untuk diakses. Ada beberapa cara yang menarik untuk diterapkan pada UD. Sardono, salah satunya yaitu dengan *website e-commerce* yang bertujuan sebagai pengganti *sales*. Konsumen tentunya juga memiliki generasi penerus yang mengikuti perkembangan zaman. Persamaan generasi muda yang akan datang antara penjual dan pembeli yang memilih dunia bisnis dalam dunia maya.

Perancangan ini dibuat dengan keinginan untuk membuat perancangan yang bermanfaat dan memiliki tujuan yang tepat, khususnya bagi

lingkungan yang paling dekat yaitu lingkungan keluarga UD. Sardono.

Metode Perancangan

a. Data Primer

-Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan kegiatan pengambilan gambar produk. Di mana gambar-gambar produk tersebut akan dimasukkan ke dalam *website e-commerce* agar para pembeli dapat melihat produk yang akan dibeli.

-Wawancara

Wawancara kepada pemilik usaha dagang untuk mendapatkan informasi tentang sejarah toko untuk sistem penjualan dan masalah yang dihadapi. Wawancara pada para pelanggan untuk mengetahui pendapat tentang rencana dibuatnya *website e-commerce*.

b. Data sekunder

- Internet

Internet merupakan sumber data yang sangat luas, semua dapat diakses melalui internet. Lalu data pustaka membantu untuk menambah referensi bagaimana toko-toko *online* yang sudah ada sebelumnya.

Metode pengumpulan data

Menurut Moleong (2004:3), pengumpulan data yang digunakan adalah metode kualitatif. Menurut mendefinisikan penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya. Penelitian kualitatif didasarkan pada upaya membangun pandangan mereka yang diteliti secara rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik dan rumit (Moleong,1993:3)

Instrumen / Alat Pengumpulan Data

Alat yang dipakai adalah kamera *Canon 650D* sebagai alat untuk memfoto lokasi usaha dagang dan memfoto barang-barang dagang. Laptop *Macbook Pro 15"* 2012 sebagai alat untuk memasukan segala data yang diperlukan. *Software Adobe Photoshop* untuk mengedit gambardan *Microsoft Word* untuk menyimpan data.

Metode Analisis Data

Metode yang paling tepat dalam perancangan ini adalah metode SWOT. SWOT adalah cara yang sistematis didalam melakukan analisis terhadap wujud acaman dan kesempatan agar dapat membedakan keadaan lingkungan yang akan

datang sehingga dapat ditemukan masalah yang ada. Menurut Sharplin (1985), analisis SWOT :

“Strengths and Weaknessess. Strengths are internal competencies possessed by the organization which tend to decrease its competence in comparison with its competitors. Weaknessess are attributes of organization which tend to decrease its competence in comparison with its competitors.” *Opportunities and Threats. A threats is a reasonably probable event which, if it were to occur, would product signifcant damage to the organization. An opportunity, on the other hand, is a combination of circumstaces, time, and place which, if accompanied by a certain course of action on the part of organization, is likely to produce significant benefits.”* (1985 : 54-55)

Dari analisis SWOT perusahaan dapat menentukan strategi yang efektif yang sejauh mungkin memanfaatkan kesempatan yang efektif yang sejauh mungkin memanfaatkan kesempatan yang berlandaskan pada kekuatan yang dimiliki perusahaan, mengatasi ancaman yang datang dari luar, serta memperbaiki kelemahan yang ada.

Analisis SWOT dapat dijelaskan sebagai berikut :

- S (*Strength* / kekuatan) adalah kemampuan internal yang menonjol dari sebuah perusahaan secara relatif dibandingkan dengan organisasi lainnya. Strength merupakan suatu kmpetensi yang ada dalam perusahaan yang dijadikan sebagai perbandingan dengan kompetitor. Bisa juga dikatakan sebagai hasil kualitas fasilitas secara fisik, lambang dari struktur organisasi atau sumber – sumber finansial dan peraturannya.
- W (*weakness* / kelemahan) adalah sifat – sifat dari suatu organisasi yang cenderung mengurangi nilai – nilai kompeten dan perbandingan dengan pesaing – pesaing lainnya.
(*opportunities* / peluang) adalah peluang – peluang yang ada dalam diri organisasi atau peluang – peluang yang dimiliki oleh perusahaan / organisasi.
- T (*threats* / ancaman 0 adalah kejadian – kejadian yang sangat mungkin terjadi yang dapat mengakibatkan kerugian tertentu bagi organisasi.

Strength dan *weakness* berasal dari dalam perusahaan, sehingga bersifat internal dan dapat dikendalikan oleh perusahaan. Sedangkan *opportunity* dan *threat* berasal dari luar perusahaan sehingga bersifat eksternal dan sukar dikendalikan oleh perusahaan.

Konsep Perancangan

Generasi muda adalah generasi yang selalu mengikuti jaman. Suatu perusahaan pun juga tidak

boleh berhenti berinovasi. Pasar perdagangan juga bergeser ke media *online*. Berawal dari UD Sardono yang bersistem manual dan masih perlu banyak perbaikan, muncullah ide untuk menjadikan toko ini lebih tertata. Salah satu hal untuk memajukan perkembangan toko ini adalah *website e-commerce*. Beberapa hal seperti produk baru yang tidak diketahui oleh pelanggan, dari *website e-commerce* pelanggan bisa melihat barang dan merek. Pelanggan tidak perlu datang untuk melihat contoh barang. *Website e-commerce* juga memperluas pangsa pasar yang belum terlihat sebelumnya.

Pembahasan

Konseperancangan

Tujuan Kreatif

Merancang *website e-commerce* UD. Sardono yang dapat memperkenalkan produk-produk pada pelanggan.

Strategi Kreatif

Isi Pesan

Pesan yang ingin disampaikan adalah UD. Sardono melayani pembelian secara *online* dan mempermudah mengenal barang – barang. Dengan adanya foto barang dan *detail* mempermudah pelanggan melihat barang yang baru.

Target Audience

a. SES (Status Ekonomi Sosial)

Golongan A, B, dan C. (atas, menengah, bawah)

b. Target Audience

Jenis Kelamin : Perempuan dan Pria

Usia : 17- 40 tahun

c. Geografis

Berada di Indonesia

d. Psikografis

Memiliki kepentingan untuk berbisnis barang yang sama

e. Behavioristik

Mengikuti perkembangan bisnis dan teknologi

Program Kreatif

Nama Domain

UD. Sardono menggunakan nama www.sardono.houseware.com agar nama website ini lebih internasional. Jika UD. Sardono berganti badan usaha, *website* ini tidak perlu berganti nama juga.

Hosting

a. Sistem Server

Sistem Server pada *web* ini, menggunakan Linux karena Linux berbasis *Open Source* yang berarti gratis dan dapat dimodifikasi, sedangkan Windows adalah sistem yang seharga adanya tambahan biaya yang cukup besar.

b. Disk Space

Menggunakan

750

MB

Space karena sudah sangat cukup untuk *website* yang kira-kira konten *website total* adalah 50 MB saja, sedangkan konten untuk *database* pada *image* yang diisusudah otomatis di *convert* sehingga ukurannya lebih kecil. Selain itu biaya yang juga ekonomis.

c. Bandwidth

Bandwidth yang diberikan *unlimited*, karena *bandwidth* adalah hal yang terpenting dalam proses pemberian data kepada pengunjung. Jika diberikan batas, maka penggunaan *website* pada pengunjung juga terbatas. *File* yang diubah oleh *Website Developer* juga menggunakan *Bandwidth* dalam proses *Upload* dan pengeditan *content*, biasanya *bandwidth* yang digunakan sangat besar.

d. Domain Allowed

Maximum Allowed Domain 1 Domain dan satu *Add-On Domain* merupakan *domain* tambahan yang dapat digunakan dalam *hosting* tersebut, sehingga *file directory*, *disk space*, *bandwidth*, akan mengikuti *hosting* tersebut, tetapi *hosting* tidak dapat melihat seluruh status *add on domain* secara lengkap, tidak selengkap *domain* aslinya. Jumlah *Add On domain* tergantung pada *hosting* yang diperbolehkan oleh *provider* (paket *hosting*)

e. Database

MySQL dan *PostGre Database*, tetapi biasanya *file* akan mengikuti *disk space*

Skema/ Struktur Desain Tampilan Website

A. Halaman

Halaman yang ditampilkan antara lain *Home*, *About*, *Products*, *Contact us*.

B. Jumlah Halaman

Jumlah halaman yang dimuat untuk *website* UD. Sardono sebanyak 34 halaman.

C. Materi Halaman

a. *Home*: Merupakan sebuah *landing page* pada *website* yang bermuat garis besar informasi seputar *website*.

b. *About*:

Bermuat informasi tentang perusahaan seperti sejarah, visi, misi, dan lain-lain.

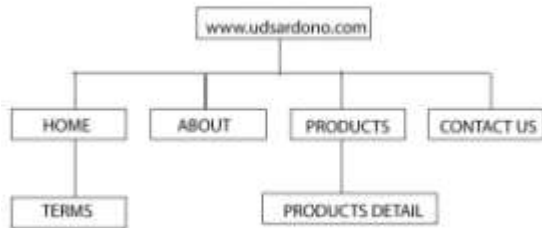
c. *Products*: *Page* yang berisi informasi mengenai seluruh produk yang akan dijual.

d. *Products-Detail*:

Berisi tentang informasi lengkap mengenai satu produk yang dipilhkan.

e. *Contact US*: Merupakan tempat pengisian formulir untuk menjawab pertanyaan yang biasanya dikirimkan kembali lewat email, dan berisi tentang informasi bagaimana cara menghubungi perusahaan atau website.

f. *Terms*: Berisi tentang seluruh informasi tata cara penggunaan website dan syarat ketentuan dalam penggunaan website baik bagi pengguna maupun pemilik website.



Gambar 1. Struktur Halaman Website

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Alur Desain Interaktif

untuk menghubungkan halaman satu dengan halaman lainnya menggunakan URL yang diterapkan simbol, gambar, tulisan, yang ditandai (garis, warna, dan lainnya)

atau penulisan alamat pada browser sehingga dapat berpindah alamat. Website telah menggunakan animasi Loading Screen sehingga adanya tampilan jika website itu masih dimuat.

Unsur-unsur Interaktif dan Sistem Navigasi

a. Unsur Teks: Pada layout yang akan dibuat pada website ini menggunakan *Open Sans* dan *Haveltica*

b. Unsur Gambar: Menggunakan dokumentasi pribadi.

c. Sistem Navigasi: Navigasi akan mengikuti pengguna yang *scroll* ke bawah. Saat *scroll* di atas, navigasi akan berubah menjadi *transparent* sehingga pengunjung website dapat melihat *slider* secara total dan tidak terganggu oleh navigasi.

Konsep Interface Website

a. *Tone Color*: Menggunakan warna putih pada keseluruhan desain agar memudahkan pengguna untuk melafalkan informasi pada teks dan cukup pada gambar yang sedikit, dan kombinasi warna biru. Warna biru diumpamakan sebagai UD. Sardono yang

menjaga, melindungi kepercayaan pelanggan yang mendapatkan harga dan barang yang semestinya dalam waktu keuntungan yang didapat UD. Sardono tidak merugikan pelanggan.

Gambar 2. Tone Warna Website

b. Design Type

Menggunakan *Haveltica*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 WXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!@#\$%^&*()-
 _=+.,/<>?;:'"[]{}

Gambar 3. Helvetica Font

Menggunakan *Open Sans*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 WXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!@#\$%^&*()-
 _=+.,/<>?;:'"[]{}
 Gambar 4. Open Sans Font

c. Design Style

Menurut Hollis (2006) *Swiss style* menekankan pada kerapian, keramahan mata (enak dilihat), mudah dibaca dan objektivitas. Fondasinya kembali kepada ketergantungan yang kuat pada elemen tipografi dan universalitas. Gaya desain ini benar-benar membantu *website designer* dan seniman grafis menghasilkan pengaruh, kesederhanaan dan *output* pengaturan estetis. *Swiss Style* menerapkan norma-norma kesederhanaan, namun artistik dan pesan yang disampaikan jelas dari :

- Menjaga keseragaman dan geometri
- Menyediakan jarak yang lebih lebar
- Menggunakan *grid systems*
- Penataan informasi
- Tetap minimalis
- Menggunakan *sans serif font*
- Menggunakan font ukuran yang berbeda
- Menggunakan fotografi yang efektif (Hollis, 2006).

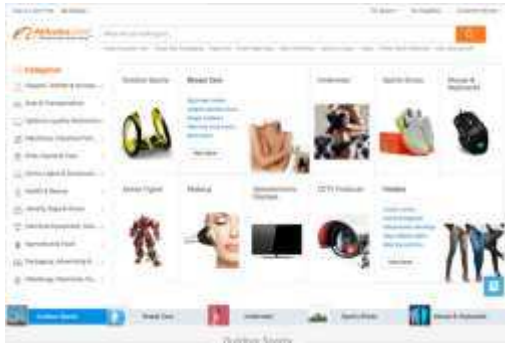
d. Page Layout

Layout pada website menggunakan kesederhanaan yang elegan. Pada *background* akan ada banyak *space* kosong agar pembeli lebih terfokus pada barang yang



#062D3D #052C3B #031A23 #021318

ditampilkan. Dengan penataan yang rapi dan memiliki grid tidak rumit membuat pengunjung website lebih nyaman ketika melihat-lihat barang. Seperti contoh website E-Commerce yang sudah ada seperti di bawah ini:



Gambar 5. Screenshot Website Lazada

Sumber : www.lazada.com



Gambar 6. Screenshot Website Alibaba

Sumber: www.alibaba.com

Software

a. *Notepad++* untuk coding script HTML 5, CSS Styling, Javascript dan JQuery, JSON, dan PHP Server database.

b. *Adobe Dreamweaver* untuk mengatur FTP pada komputer dengan server domain dan hosting agar bisa mengatur penempatan file.

c. *XAMPP* yang digunakan sebagai virtual server pada komputer sehingga dapat melakukan test tanpa harus koneksi ke server asli atau hosting dan domain.

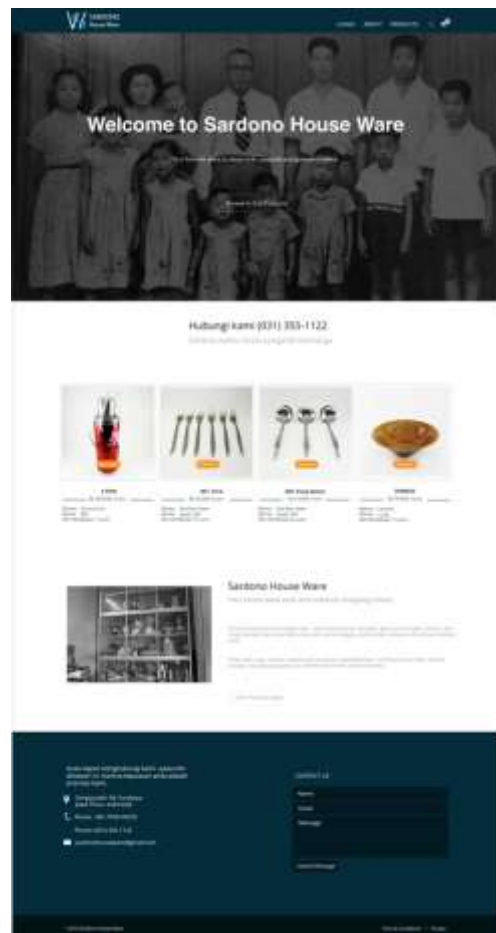
d. *Control Panel Website* yang digunakan untuk mengatur hosting dan domain secara keseluruhan.

e. *Adobe PhotoShop CS6*: digunakan untuk melakukan proses editing gambar.

f. *Paint Tools*: Sederhana yang digunakan untuk cropping (karena file berukuran lebih kecil daripada Photoshop, maka editing yang sederhana dapat dilakukan dengan tools ini lebih cepat).

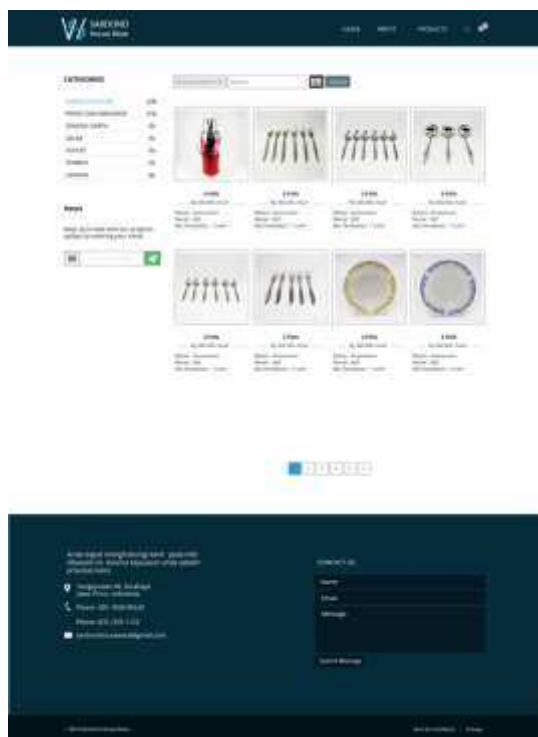
Final Desain

Gambar 7 Halaman Home Website.





Gambar8HalamanAbout Website



Gambar9HalamanProductWebsite.

Kesimpulan

UD. Sardono adalah sebuah toko pecah belah distributor tangan pertama yang memiliki bangunan fisik di jalan Songoyudan 48, Surabaya.

Toko ini dioperasikan oleh generasi pertama Wei Ting King dan akan dilanjutkan oleh generasi kedua.

Generasi kedua adalah keahliannya tahun 80 – 90an. Pada akhir tahun 2009 semua sales penjual di luar pulau tidak dipekerjakan lagi.

Generasi kedua ini menyadari adanya sebuah masalah yang mulai dirasakan oleh UD. Sardono beberapa tahun ini, masalah tersebut adalah tidak adanya sales penjualan membuat UD. Sardono kesulitan menawarkan barang – barang yang baru kepada pelanggan.

Jaman di era teknologi yang semakin pesat, masyarakat lebih suka hal yang praktis. Masyarakat lebih banyak menghabiskan waktunya pada dunia maya, hampir semua hal dapat ditemukan di dunia maya. Banyak bermunculan website e-commerce yang menjual barang – barang secara cepat dan menjangkau untuk dilihat dari berbagai daerah dan Negara lain. Perubahan ini dapat disimpulkan website e-commerce dapat menggantikan sales penjualan UD. Sardono. Website e-commerce diberi

www.sardonohouseware.com ini akan dibuat dengan tampilan yang simpel dan background yang mencolok, sehingga pengunjung website e-commerce lebih fokus pada barang – barang yang ditawarkan. Website ini diharapkan bisa membantu para pelanggan UD. Sardono untuk membeli barang – barang yang baru.

Daftar Pustaka

Berners-Lee, T., Fischetti, M., & Foreword By-Dertouzos, M. L. (2000). *Weaving the Web: The original design and ultimate destiny of the World Wide Web by its inventor*. Harper Information.

Hakim, Zainal. (2012). Kriteria Website yang Baik. Retrieved March 20, 2016, From http://www.satriamultimedia.com/artikel_kriteria_website_yang_baik.html.

Hollis, R. (2006). *Swiss graphic design: the origins and growth of an international style, 1920-1965*. Laurence King publishing.

Laudon, K.C., Traver, C.G. (2013). *E-commerce 2013: Business, Technology, Society*. Edinburgh Gate: Peterson.

Moleong, L. J., & Edisi, P. R. R. B. (2004). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya.

Nielsen, Jakob. 1994, *Guerrilla HCI: Using Discount Usability Engineering to Penetrate the Intimidation Barrier* [Online], Available: http://www.useit.com/papers/guerrilla_hci.html, [2008, Januari].

Purwanto, Yudhi. (2001). *Pemrograman Website engan PHP*. Jakarta : PenerbitElex Media Computindo.

Putra Iswara, R.(2013). Struktur Website SecaraUmum. Retieved March 20, 2016, from <http://www.pesonaweb.co.id>

Raharjo, B., Heryanto, I., &Haryano, A. (2012). *MudahBelajar Java EdisiRevisKedua*. Informatika

Saffer, D. (2009). *Designing for interaction: creating innovative applications and devices*. New Riders.

Sharplin, Arthur (1985), Strategic Management, McGraw Hill Book co., singapore.

Wiswakarma, Komang (2010) *Panduan Lengkap Menguasai Pemrograman CSS*. loko media.