

PERANCANGAN SISTEM E-COMMERCE PADA PT. COLUMBINDO PERDANA MAGELANG UNTUK MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN

Tri Yusnanto
STMIK Bina Patria Magelang

ABSTRAK

Didalam persaingan global saat ini pemesanan barang secara tradisional akan berpengaruh terhadap produk yang akan ditawarkan karena pelanggan harus datang secara langsung ke toko tersebut. Dalam hal ini sama halnya dengan PT Columbindo Perdana Magelang dalam sistem pemesanan barang masih menggunakan sistem secara manual, yaitu konsumen masih harus datang ke *show room* untuk melakukan pemesanan. Sehingga masih sering mengalami kelemahan dalam menangani transaksi tersebut. Dengan adanya aplikasi website yang mampu untuk mengirimkan informasi berupa tulisan, gambar dan suara secara bersamaan, maka banyak sekali perusahaan-perusahaan yang tertarik untuk memanfaatkan aplikasi ini sebagai sarana memasarkan produk-produk mereka kepada masyarakat luas. Dengan masalah tersebut dibuatlah rancangan sistem *e-commerce* transaksi pemesanan barang yang diharapkan akan lebih mudah dan mempercepat karena bersifat online. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode *observasi, interview, analisa, studi pustaka* dan menggunakan program PHPtriad yang dapat mendukung perancangan sistem tersebut. Sistem *e-commerce* yang telah dihasilkan dapat melayani pemesanan barang secara online dengan berbasis website, sehingga dapat diakses dari mana saja dan kapan saja tanpa keterbatasan jarak dan waktu. Dengan terbentuknya sistem tersebut akan mempercepat pelayanan dan juga sebagai media promosi karena dapat diakses oleh orang diluar magelang tanpa harus datang langsung ketoko tersebut.

Kata kunci: Sistem *e-commerce*, Internet, *Website*, PHPtriad

PENDAHULUAN

Aplikasi website yang dapat diterapkan didalam internet telah menjadi sarana yang tepat untuk mengembangkan bisnis, meskipun juga banyak digunakan untuk bidang-bidang yang lainnya seperti dalam bidang pendidikan, pemerintahan dan lain sebagainya. Karena dengan adanya aplikasi website data dan informasi dapat diakses dari mana saja dan kapan saja tanpa ada keterbatasan jarak dan waktu yang berlainan tempat.

(Arini. H dan Purnadi 2016)
mengatakan dalam penelitiannya sekarang ini

kebanyakan masalah yang dihadapi oleh usaha kecil berkaitan dengan kemampuan manajemen atau pengelolaan yang kurang profesional. Hal ini disebabkan pengetahuan yang dimiliki sangat terbatas oleh pengusaha tersebut.

(Achmad, dkk 2011). Sistem informasi pemasaran akan efektif dalam mengembangkan layanan yang inovatif untuk memenuhi harapan pelanggan. Melalui analisis terus menerus tentang informasi pasar, organisasi akan dapat menjamin kesuksesan organisasi.

PT. Columbindo Perdana Magelang adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang ekonomi khususnya dalam pemasaran dan penjualan barang elektronik dan furniture secara tunai dan kredit. Berdasarkan hasil dari survei, penulis melihat sistem yang digunakan dalam melayani pemesanan barang secara tunai masih menggunakan sistem yang kurang efektif dan dinamis, karena calon konsumen yang akan memesan barang masih harus datang ke show room untuk melakukan transaksi, dan masih juga sering mengalami kelemahan-kelemahan dalam menangani pemesanan barang.

Dengan adanya sistem aplikasi yang berbasis website maka perusahaan akan lebih mudah dan cepat dalam mempromosikan barang yang ditawarkan dan juga bagi konsumen akan lebih cepat dan mudah dalam melakukan transaksi pemesanan barang, karena konsumen sudah tidak perlu datang lagi ke show room.

Keunggulan bersaing menurut Porter adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama (Porter, 2007).

Berdasarkan uraian diatas dan melihat betapa pentingnya pengembangan dalam pemasaran dan penjualan bagi PT. Columbindo Perdana Magelang, maka penelitian ini akan mengembangkan perancangan sistem *e-commerce* pada pt.

columbindo perdana magelang untuk meningkatkan strategi pemasaran.

LANDASAN TEORI

Menurut kotler (2012 :69), sistem informasi pemasaran terdiri dari orang, peralatan, dan prosedur untuk mengumpulkan, memilih, menganalisis, mengevaluasi dan mendistribusikan informasi yang diperlukan, tepat waktu, dan akurat untuk pembuat keputusan didalam pemasaran produk yang telah dihasilkan.

Sistem Informasi pemasaran membutuhkan sebuah teknologi informasi sebagai pendukung komponen utama dari peran dalam pemasaran produk atau jasa tersebut berupa website yang sudah terhubung dengan jaringan internet (o'brien, marakas, 2011:287).

Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi (David Baum, 2001:2) memberikan pengertian "E-commerce sebagai satuan yang dinamis dalam penggunaan teknologi, aplikasi, serta proses nbisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik".

Dian, A. (2003:1) "*E-commerce* merupakan suatu cara berbelanja atau berdagang secara online atau *direct selling*."

Nugroho (2006:1) mengatakan, “*elektronik commerce (e-commerce)* merupakan konsep baru yang dapat digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *world wide web* internet atau prose jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet. *E-commerce* merupakan kegiatan bisnis yang dijalankan secara elektronik melalui jalur komunikasi digital, yang pada intinya adalah *e-commerce* merupakan sarana jual beli yang saling bertukar informasi berupa pembelian jasa atau produk dari kedua belah pihak dan proses transaksi yang dilakukan melalui komputer satu ke komputer lain yang saling berkaitan melalui internet dalam sebuah website.

Tujuan *e-commerce* tujuan dari suatu perusahaan menggunakan sistem *e-commerce* yaitu: Agar lebih efektif dan efesien dalam melakukan jual beli atau transaksi dalam meningkatkan keuntungannya, karena tidak harus membutuhkan tempat yang besar untuk mendagangkan barangnya.

Manfaat menggunakan *e-commerce* dalam suatu perusahaan yaitu:

1. Dapat meningkatkan market pasar (pangsa pasar) karena bisa merambah kelaur negeri.

2. Menurunkan biaya operasional (*operating cost*) didalam pengelolaan barang didalam transaksi jual beli.
3. Meningkatkan customer loyalty.
4. Meningkatkan *suplay manajemen* didalam penyimpanan ataupun pengeluaran dapat terkontrol secara otomatis.
5. Memperpendek waktu produksi barang dimana perusahaan akan mengetahui barang yang mana yang sudah habis dan segera memesan bahan baku karena sudah bersifat online.

Pada penelitian (Hani A. M dkk 2017). Membuat rancang bangun sebuah aplikasi *e-commerce* untuk sentra industri kulit untuk meningkatkan penjualan di Kabupaten Magetan. Aplikasi *e-commerce* ini akan menjadi salah satu penerapan teknologi sebagai media pemasaran hasil industri kulit yang ada di sentra industri kulit Kabupaten Magetan. Uji coba aplikasi pada Kopma Antik STT Dharma Iswara Madiun dilakukan untuk mengetahui tingkat kegunaan terhadap kebutuhan pengguna.

(Hananda dkk 2016) mengatakan bahwa Teknologi yang terhubung dengan teknologi komputer dan teknologi telekomunikasi lainnya mampu mengubah cara hidup seseorang maupun organisasi untuk mngerjakan semua aktivitas bisnisnya atau menjalankan kegiatan sehari-hari.

Pada penelitian (Agustina dan Eva. M.S. 2007) menguraikan tentang penerapane-commerce untuk pengembangan produksi UKM di Kabupaten Semarang sangat berpeluang besar. Sampel penelitian pada 30 UKM yang ada di Kabupaten Semarang menunjukkan nilai skor 3,50 untuk persepsi pengguna terhadap manfaat e-commerce. Namun, persepsi pengguna terhadap kendala terhadap e-commerce juga sangat tinggi, yaitu skor rata-rata 3,48. Kendala tersebut muncul karena para pelaku bisnis UKM belum dapat sepenuhnya menggantikan cara tradisional dengan memanfaatkan teknologi informasi dalam melakukan transaksi.

E-commerce merupakan teknologi yang menjadi kebutuhan mendasar setiap organisasi yang bergerak di bidang perdagangan. E-commerce merupakan cara bagi konsumen untuk dapat membeli barang yang diinginkan dengan memanfaatkan teknologi internet (Haryanti dkk.2011).

Dari penelitian diatas kebanyakan menyakut kepada kebutuhan pengguna saja sedangkan penelitain yang penulis lakukan untuk meningkatkan strategi pemasaran, karena sekarang kebanyak perusahaan sudah menerapkan sistem online untuk meningkatkan persaingan didalam pemasaran produknya.

Dalam transaksi pemesanan barang, PT. Columbindo Perdana Magelang telah

membentuk sebuah sistem atau prosedur untuk pemesanan barang secara tunai yang berjalan pada saat ini.

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan studi lapangan langsung untuk mencari data yang diperlukan yaitu:

1. Observasi

Nazir Moh (2013) menyatakan dalam bukunya berjudul Metode Penelitian yaitu, “Observasi adalah pengambilan data dengan terjun langsung kelapangan dalam suatu kegiatan atau pekerjaan yang dihadapi dengan melakukan pengamatan sehingga memperoleh kebenaran data.

Dalam observasi penelitian ini dilakukan dengan terjun langsung kelapangan, mencari informasi dari karyawan PT Culomindo magelang dengan melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi yang akurat.

2. Interview (Wawancara)

Setelah melakukan interview yang dengan Karyawan PT Columindi Magelang maka dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan promosi dan penjualan selama ini masih menggunakan media membagikan brosur dan belum menggunakan website dalam mempromosikan produknya,serta dalam pelayanan selama ini masih

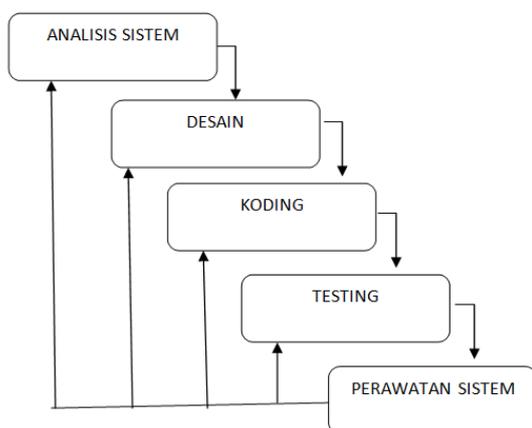
menggunakan media konvensional sehingga masih kurang maksimal.

3. Studi Pustaka

Dalam penelitian ini dilakukan studi pustaka untuk mendapatkan informasi dengan mencari data, buku-buku serta journal yang berhubungan dengan e-commerce dan strategi pemasaran.

Metode Pengembangan sistem

Ada berbagai metode yang digunakan oleh programmer didalam membuat sebuah website, dengan menggunakan metode yang tepat hingga menggunakan metode yang salah, semua tergantung dari programmer tersebut, itulah yang dipake akan tetapi programmer yang sudah profesional menggunakan salah satunya adalah menggunakan Metode Waterfall didalam pengembangan sebuah web yang akan dibuatnya, yang akan dijelaskan pada Gambar 1. berikut.



Gambar 1. Waterfall

1. Analisis Sistem

Di dalam pembuatan sebuah sistem yang nantinya dapat memenuhi

kebutuhan pada saat melakukan penjualan berupa toko berbasis web atau E-Commerce sebelumnya diharuskan melakukan perencanaan serta analisa kebutuhan sebelum mengerjakannya. Proses ini bisa dianggap sebagai yang paling utama pada saat proses pengerjaan sebuah web. Analisis sistem menurut Jogianto dalam bukunya mengemukakan analisis sistem adalah proses mengidentifikasi masalah dengan memahami sistem yang ada. Kemudian menganalisisnya untuk dijadikan sebuah laporan dari hasil analisa tersebut. Jogiyanto (2005).

2. Desain Sistem (Designing)

Setelah perancangan yang dirasa sudah selesai maka tahap selanjutnya dengan merencanakan desain lain seperti warna, konsep dari web tersebut, font serta huruf yang mau digunakan dan filosofi yang dirasa sesuai dengan tema E-Commerce tersebut. Web desainer merupakan bagian dalam pembuatan tampilan halaman sebuah website sesuai dengan apa yang diharapkan. Kebanyakan orang yang bekerja dibagian ini menggunakan perangkat lunak tambahan semisal *Adhobe illustrator*, *Photoshop* juga *Coreldraw*. Begitu rancangan desain selesai, maka tahap selanjutnya akan diberikan kepada programmer.

3. Pemrograman Sistem dan Penulisan Kode

Koding ataupun Program adalah proses dari hasil perancangan dirubah menggunakan bahasa pemrograman dimana perangkat lunak ini menggunakan pemrograman PHP Triad dan HTML dan juga programan website tambahan. karena membutuhkan kejelian dan keterampilan maka proses ini membutuhkan waktu yang lebih sebelum program tersebut dapat dijalankan, dalam tahap ini semua berisi koding semuanya dilakukan dalam pembuatan program. aplikasi tidak akan berjalan tanpa adanya koding karena semuanya yang menjalankan aplikasi terkendali oleh koding tersebut. orang yang bekerja di bagian ini biasa dinamai dengan sebutan *Programmer*.

4. Pengujian Sistem (*Testing*)

Setelah program rampung, kita harus menguji dulu atau dicoba dulu. Haruskah sebuah sistem melalui tahapan pengujian ini, pasti semuanya melaluinya karena untuk memastikan bahwa program yang telah dibuat sesuai dengan apa yang telah dirancang serta memastikan agar tidak terjadi error.

Apa jadinya jika sebuah sistem tidak melewati tahap pengujian dan kita langsung menyerahkannya pada client atau pelanggan begitu saja, dan pada saat pelanggan mencoba sistem tersebut dan hasilnya bug error. Pastinya kita akan

malu dan tidak dipercaya lagi dalam membikin suatu aplikasi. Oleh sebab itu, sebuah sistem harus melewati tahap pengujian untuk menghindari adanya error. Bagaimana jika program yang di uji ternyata mengalami suatu error, kita lihat terlebih dahulu errornya berada disebalah mana. Jika error pada bagian sistem, maka program akan dikembalikan pada tahap sebelumnya, yaitu coding.

5. Pemeliharaan Web (*Maintenance*)

Implementasi sistem adalah proses dimana sebuah software telah diserahkan kepada pelanggan dalam hal ini adalah untuk menghasilkan sebuah software yang berkualitas tentunya harus dilakukan pemeliharaan atas software tersebut. Web program telah berjalan dan digunakan oleh pihak pertanian yang memegang software ini, namun tiba-tiba pada suatu hari sistem mengalami kerusakan. Maka web sistem tersebut akan ditangani oleh si developer atau programmer. Namun jika suatu hari pihak perusahaan ingin menambah fitur ataupun fungsi lain, maka proses tersebut akan dilakukan kembali sesuai dengan urutan metode waterfall (Muhammad A.U (2014).

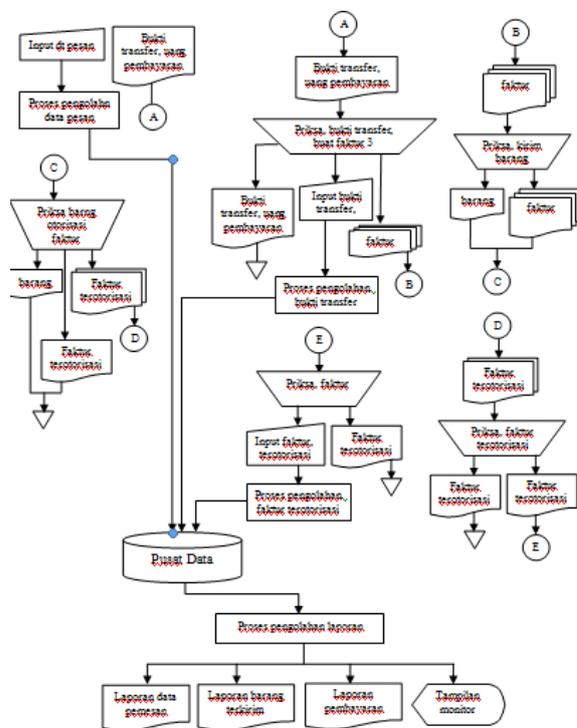
HASIL PENELITIAN DAN

PEMBAHASAN

Perancangan Sistem

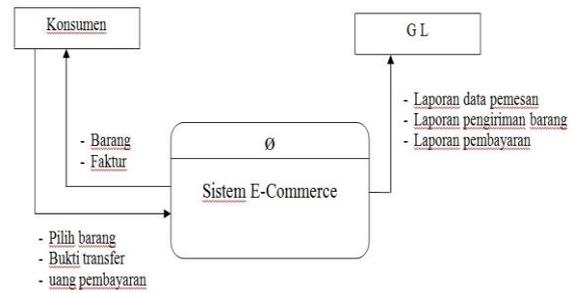
Perancangan aplikasi ini dibuat untuk memudahkan pembeli pada khususnya dan pelanggan serta masyarakat pada umumnya dapat melihat informasi yang ada dengan jelas dan mudah. Di bawah ini merupakan perancangan sistem pemesanan barang secara online yang diusulkan

1. Flow cart of Document



Gambar 2. Sistem Pemesanan Barang yang Diusulkan

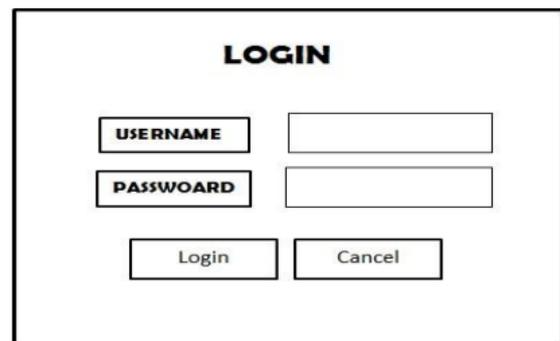
2. Diagram konteks



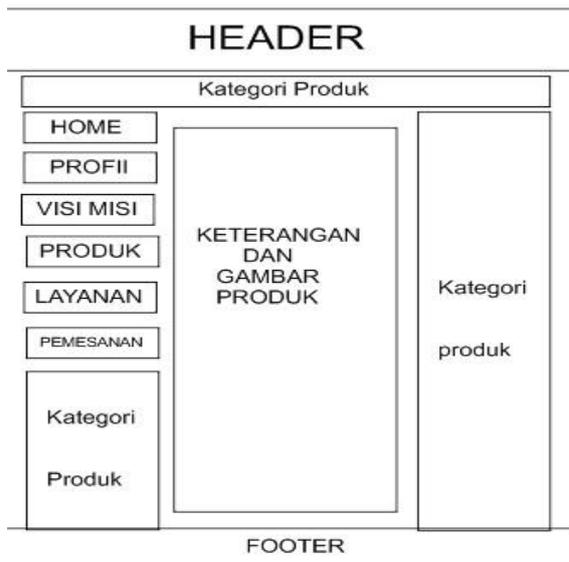
Gambar 3. Diagram Konteks Pemesanan Barang

Setelah melalui proses perancangan analisis sistem, proses selanjutnya yaitu tahapan dalam pembuatan website *e-commerce* sebagai bidang promosi dan untuk meningkatkan pemasaran.

Perancangan hal login admin



Gambar 4. Gambar Tampilan Login Admin

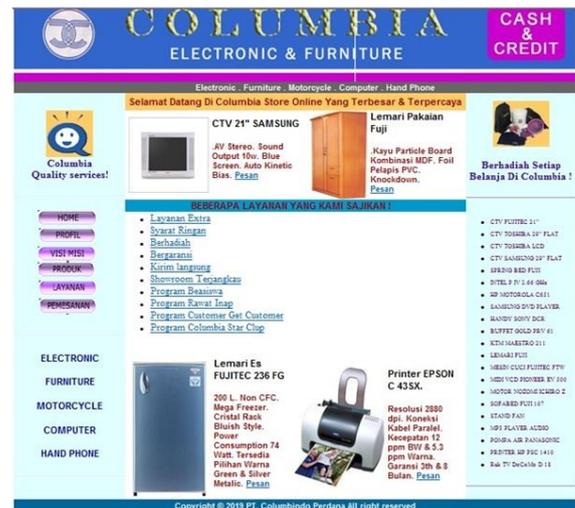


Gambar 5. Tampilan Perancangan Halaman Web

Halaman depan merupakan halaman utama dari website ini, yaitu halaman yang menjadi index atau halaman yang pertama kali keluar disaat pengunjung mengakses alamat website. Setelah halaman depan terakses, pengunjung baru bisa mengakses halaman yang lainnya dengan mengklik link yang telah disediakan.

Implementasi

Pada bagian ini merupakan bagian lembar halaman dari hasil implementasi. Dimana admin dapat melihat produk, cara membeli dan memesan produk.



Gambar 6. Tampilan Web Columbia

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Setelah adanya sistem e-commerce, semua data yang berupa pencatatan, penjualan, pemesanan barang, pembelian, stok dan juga pemasaran produk dapat tersimpan didalam database.

Saran

Diharapkan peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian diberbagai sektor yang meliputi pertanian perikanan dan perkebunan untuk meningkatkan pemasaran produk yang telah dihasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad S, Perdana R, Nur P. (2011). Sistem Informasi Manajemen. Edisi pertama, Cetakan pertama, Penerbit Universitas Brawijaya Press (UB Press), Malang.
- Fatansyah. (2004). Basis Data. Penerbit Informatika Bandung.

- Freddy Rangkuti (2008). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Penerbit Gramedia, Jakarta.
- Jogiyanto. (2005). Analisis dan Desain Sistem Informasi, Andi Offset, Yogyakarta.
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Kotler. K. (2012). Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Control, Penerbit Prehalindo, Jakarta.
- Nazir, Moh. (2013). Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Philip K. dan Gary A. (2010). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Porter. Michael E. (2007). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, New York: Free Press.
- Onno W.Purbo dan Aang Arif Wahyudi.2001. David Baum,2.
- O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2011). Management Information Systems (10th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Arini. H dan Purnadi.(2016). Penerapan sistem informasi pemasaran pada usaha kecil menengah (ukm) di purwokerto. jurnal Manajemen dan Bisnis Media Ekonomi Volume XVI, NO. 2 Juli 2016
- Acim, Supriadi. (2014). Menjadi Wiraswasta, Mengapa Tidak?. Jurnal Pengembangan Wiraswasta.Volume 5 Nomor 02, Januari 2014.STIE Ipwija. Jakarta.
- Agustin, Eva M.S.(2007). Persepsi Penggunaan Aplikasi Internet untuk Pemasaran Produk Usaha Kecil Menengah,” in Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI), Yogyakarta, 1-13
- Hananda A. J. A. B., Riyadi & Saiful R. Y (2016). Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada UKM Bunga Hias di Kota Batu) Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 37 No. 2 Agustus 2016.UB. Malang.
- Hani A. M, Sekreningsih N, Adzinta W. (2017).Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran. Khazanah Informatika. Vol. III No.1 Juni 2017.
- Haryanti, Sri. Tri I.(2011). Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus, Jurnal Speed-Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi, vol. Vol. 3, no. 1, pp. 8-14
- Jess H. Chua dkk. (2009). Defining the Family Business by Behavior. Entrepreneur ship Theory and Practice. Baylor University.Vol. 23. No.4
- Muhammad. A U. (2014). Perancangan dan Implementasi E-commerce untuk Meningkatkan Penjualan Produk Herbal pada Toko La Roeba. Semarang, Jurnal Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro.
- Adi Nugroho.2006:5
<https://dharmapranata.wordpress.com/2014/06/25/transaksi-elektronik/diakses>
27 september 2019