

E-COMMERCE : PENGEMBANGAN MODEL PERNIAGAAN MENGGUNAKAN INTERNET

Muh. Fachrul S *)

Abstract : *Information systems-based e-Commerce is very important in the development of business or commerce. The purpose of this website is to introduce that one form of modern commerce model by utilizing cyberspace as a medium. This study aims to build a website on the store. This website was developed using the software Macromedia Dreamweaver 8, Apache 2.2.3, PHP 5.2 and MySQL 5.0, this website serves to provide facilities in the sale of non-food product and store information on customers wherever located.*

Keywords: *Information systems, websites, e-Commerce.*

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi telekomunikasi dan komputer menyebabkan terjadinya perubahan kultur kita sehari-hari. Dalam era yang disebut *information age* ini, media elektronik menjadi salah satu media andalan untuk melakukan komunikasi dan bisnis. *e-Commerce* merupakan *extension* dari *Commerce* dengan mengeksploitasi media elektronik. Meskipun penggunaan media elektronik ini belum dimengerti, akan tetapi desakan bisnis menyebabkan para pelaku bisnis mau tidak mau harus menggunakan media elektronik ini (Deris, 2002).

Penjualan secara *online* atau *e-Commerce* memiliki kelebihan yang banyak daripada penjualan secara manual. Selain itu juga mempermudah pemilik toko dalam memeriksa data hasil penjualan tersebut. Toko akan lebih mudah di kenal karena produk yang di tawarkan dapat di lihat dan di akses oleh jutaan manusia. Baik dalam negeri maupun luar negeri. Sehingga lebih memanjakan para konsumen khususnya konsumen yang memiliki waktu sibuk dan sempit. Melihat perkembangan zaman yang semakin canggih serta kehidupan manusia yang semakin praktis, pentingnya para wirausaha memasang situs *web* penjualan *online*. Untuk meningkatkan mutu penjualan yang berbasis teknologi cepat dan mampu bersaing dan bertahan di dunia bisnis.

Melalui kemajuan teknologi, memungkinkan pengusaha untuk beralih menjual produk mereka dari konsep tradisional ke konsep online. Agar dapat menjaga perkembangan serta kemajuan toko. Maka, dibangunlah aplikasi *website* berbasis *e-Commerce*. Sehingga dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memilih barang dengan berbagai macam alternatif yang ada, tanpa harus mengunjungi toko tersebut.

Hal-hal yang akan dibahas dan dijabarkan adalah:

- a. Halaman utama *website* (*home*) dari Toko tersebut
- b. Identitas (*profil*) dari perusahaan.
- c. Presentasi elektronik (Pembuatan *Website*) untuk produk dan layanan.
- d. Pemesanan secara langsung hanya sebatas antar dan bayar tidak mencakup masalah lain.

2. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan bahwa pentingnya membangun situs *web* penjualan *online* sebagai suatu alternatif dalam mengembangkan perniagaan modern. Sehingga dapat mengembangkan bisnis yang telah ada, serta memberikan beberapa manfaat baik untuk pemilik toko maupun konsumen antara lain:

1. Memudahkan pemilik toko dalam memeriksa data secara keseluruhan.

2. Memberikan pelayanan pada konsumen yang membeli produk secara online.
3. Memberikan kemudahan untuk mengakses produk-produk yang diinginkan.
4. Meningkatkan mutu penjualan sehingga toko lebih berkembang dan maju.

3. Metode Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah:

1. **Peninjauan dan Evaluasi**, yaitu peninjauan dan evaluasi sistem serta data barang dalam penjualan Toko.
2. **Analisis**, merupakan tahapan untuk melakukan analisa terhadap alur yang ada dengan maksud untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan, kesempatan dan mengevaluasi yang terjadi dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikan.
3. **Desain**, merupakan tahapan akan rancangan aplikasi yang kemungkinan dapat memecahkan masalah yang terdapat pada hasil analisa.
4. **Implementasi**, merupakan tahapan pengimplementasian aplikasi pada penjualan yang terdapat pada Toko.
5. **Uji Program**, merupakan tahapan evaluasi akan aplikasi yang sudah berjalan apakah sudah sesuai dengan harapan atau masih perlu dilakukan perbaikan.

4. Pengertian e-Commerce

e-Commerce merupakan prosedur berdagang atau mekanisme jual-beli atau perniagaan di internet dimana pembeli dan penjual dipertemukan di dunia maya. *e-Commerce* juga dapat didefinisikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara online atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas Internet dimana terdapat *website* yang dapat menyediakan layanan "get and deliver". *e-Commerce* akan merubah semua kegiatan marketing dan juga sekaligus memangkas

biaya-biaya operasional untuk kegiatan *trading* (perdagangan).

Proses yang ada dalam *E-commerce* adalah sebagai berikut :

- a. Presentasi elektronik (Pembuatan Web site) untuk produk dan layanan.
- b. Pemesanan secara langsung dan tersedianya tagihan.
- c. Otomasi *account* Pelanggan secara aman (baik nomor rekening maupun nomor kartu kredit).
- d. Pembayaran yang dilakukan secara Langsung (*online*) dan penanganan transaksi. (Januri, dkk, 2008).

4.1. Macam-macam e-Commerce

e-Commerce dapat dibagi menjadi beberapa jenis yang memiliki karakteristik berbeda-beda yaitu:

1. Business to Business (B2B)

Business to Business e-Commerce memiliki karakteristik:

- a. *Trading partners* yang sudah diketahui dan umumnya memiliki hubungan (*relationship*) yang cukup lama. Informasi hanya dipertukarkan dengan partner tersebut. Dikarenakan sudah mengenal lawan komunikasi, maka jenis informasi yang dikirimkan dapat disusun sesuai dengan kebutuhan dan kepercayaan (*trust*).
- b. *Data exchange* (Pertukaran data) berlangsung berulang-ulang dan secara berkala, misalnya setiap hari, dengan format data yang sudah disepakati bersama. Dengan kata lain, servis yang digunakan sudah tertentu. Hal ini memudahkan pertukaran data untuk dua entiti yang menggunakan standar yang sama.
- c. Salah satu pelaku dapat melakukan inisiatif untuk mengirimkan data, tidak harus menunggu parternya.
- d. Model yang umum digunakan adalah *peer-to-peer*, dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.

2. Business to Consumer (B2C)

Business to Consumer e-Commerce memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarakan ke umum.
- b. Servis yang diberikan bersifat umum (*generic*) dengan mekanisme yang dapat digunakan oleh khalayak ramai. Sebagai contoh, karena sistem *Web* sudah umum digunakan maka servis diberikan dengan menggunakan basis *Web*.
- c. Servis diberikan berdasarkan permohonan (*on demand*). Konsumer melakukan inisiatif dan produser harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan.
- d. Pendekatan *client/server* sering digunakan dimana diambil asumsi *client consumer* menggunakan sistem yang minimal (berbasis *Web*) dan *processing (business procedure)* diletakkan di sisi *server*.

3. Consumen to consumen(C2C)

Dalam C2C seseorang menjual produk atau jasa ke orang lain. Dapat juga disebut sebagai pelanggan ke palanggan yaitu orang yang menjual produk dan jasa ke satu sama lain.

Lelang C2C. Dalam lusinan negara, penjualan dan pembelian C2C dalam situs lelang sangat banyak. Kebanyakan lelang dilakukan oleh perantara, seperti *eBay.com*, *auctionanything.com*, para pelanggan juga dapat menggunakan situs khusus seperti *buyit.com* atau *bid2bid.com*. Selain itu banyak pelanggan yang melakukan lelangnya sendiri seperti *greatshop.com* menyediakan piranti lunak untuk menciptakan komunitas lelang terbalik C2C *online*.

4. Comsumen to Business(C2B).

Dalam C2B konsumen memeritahukan kebutuhan atas suatu produk atau jasa tertentu, dan para pemasok bersaing untuk menyediakan produk atau jasa tersebut ke konsumen. Contohnya di

priceline.com, dimana pelanggan menyebutkan produk dan harga yang diinginkan, dan *priceline* mencoba menemukan pemasok yang memenuhi kebutuhan tersebut.

(Januri, dkk, 2008).

4.2. Keuntungan e-Commerce

- a. Bagi Perusahaan, memperpendek jarak, perluasan pasar, perluasan jaringan mitra bisnis dan *efisiensi*, dengan kata lain mempercepat pelayanan ke pelanggan, dan pelayanan lebih *responsif*, serta mengurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan kertas, seperti biaya pos surat, pencetakan, *report*, dan sebagainya sehingga dapat meningkatkan pendapatan.
- b. Bagi konsumen, efektif, aman secara fisik dan *flexible*
- c. Bagi Masyarakat Umum, mengurangi polusi dan pencemaran lingkungan, membuka peluang kerja baru, menguntungkan dunia akademis, meningkatkan kualitas SDM (Januri, dkk, 2008).

4.3. Kerugian e-Commerce

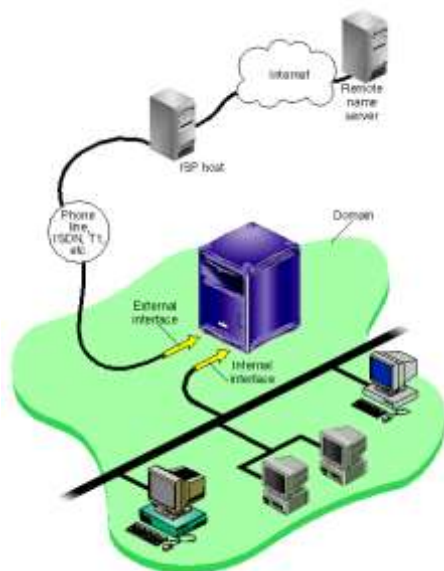
- a. Meningkatkan individualisme, pada perdagangan elektronik seseorang dapat bertransaksi dan mendapatkan barang / jasa yang diperlukan tanpa bertemu dengan siapapun.
- b. Terkadang Menimbulkan Kekecewaan, apa yang dilihat dilayar monitor komputer kadang berbeda dengan apa yang dilihat secara kasat mata. (Januri, dkk, 2008)

5. Internet

Internet (*Inter-Network*) adalah sebutan untuk sekumpulan jaringan komputer yang menghubungkan situs akademik, pemerintahan, komersial, organisasi, maupun perorangan. Internet menyediakan akses untuk layanan telekomunikasi dan sumber daya informasi untuk jutaan pemakainya yang

tersebar di seluruh dunia. Layanan internet meliputi komunikasi langsung (email, chat), diskusi (Usenet News, email, milis), sumber daya informasi yang terdistribusi (World Wide Web, Gopher), remote login dan lalu lintas file (Telnet, FTP), dan aneka layanan lainnya.

Jaringan yang membentuk internet bekerja berdasarkan suatu set protokol standar yang digunakan untuk menghubungkan jaringan komputer dan mengamati lalu lintas dalam jaringan. Protokol ini mengatur format data yang diijinkan, penanganan kesalahan (*error handling*), lalu lintas pesan, dan standar komunikasi lainnya. Protokol standar pada internet dikenal sebagai TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*). Protokol ini memiliki kemampuan untuk bekerja diatas segala jenis komputer, tanpa terpengaruh oleh perbedaan perangkat keras maupun sistem operasi yang digunakan (Graifhan, 2003).



Gambar 1. Arsitektur Internet

Penggunaan internet dipilih oleh kebanyakan orang sekarang ini karena kemudahan-kemudahan yang dimiliki oleh jaringan internet, yaitu:

1. Internet sebagai jaringan publik yang sangat besar (*huge/widespread network*), layaknya yang dimiliki suatu

jaringan publik elektronik, yang murah, cepat, dan kemudahan akses.

2. menggunakan *electronic* data sebagai media penyampaian pesan/data sehingga dapat dilakukan pengiriman dan penerimaan informasi secara mudah dan ringkas baik dalam bentuk data elektronik *analog* dan *digital* (Deris, 2002).

5.1. Internet Commerce

Internet Commerce adalah penggunaan internet yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi untuk perdagangan. Kegiatan komersial ini seperti iklan dalam penjualan produk dan jasa. Transaksi yang dapat dilakukan di internet antara lain pemesanan dan pembelian barang dimana barang akan dikirim melalui pos atau sarana lain setelah pembeli mentranser uang ke rekening penjual. Harga lebih murah biayanya dibandingkan dengan membuka *outlet retail* di berbagai tempat. Internet media promosi perusahaan dan produk yang paling tepat dengan harga yang relatif lebih murah. Serta pembelian melalui internet akan diikuti dengan layanan pengantaran barang sampai ketempat pemesanan (Nofie, 2009).

5.2. Web server

Web server adalah software yang menjadi tulang belakang dari *world wide web* (www). Web server menunggu permintaan dari client yang menggunakan browser seperti Netscape Navigator, Internet Explorer, Mozilla, dan program browser lainnya. Jika ada permintaan dari browser, maka *web server* akan memproses permintaan itu kemudian memberikan hasil prosesnya berupa data yang diinginkan kembali ke *browser*. Data ini mempunyai format yang standar, disebut dengan format SGML (*standar general markup language*). Data yang berupa format ini kemudian akan ditampilkan oleh browser sesuai dengan kemampuan browser tersebut. Contohnya, bila data yang dikirim berupa gambar, browser yang hanya mampu menampilkan teks (misal-

nya *lynx*) tidak akan mampu menampilkan gambar tersebut, dan jika ada akan menampilkan alternatifnya saja. Web server, untuk berkomunikasi dengan clientnya (*web browser*) mempunyai protokol sendiri, yaitu HTTP (*hypertext transfer protocol*) (Effendi, 2009).

6. Database

Database adalah kumpulan dari item data yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya yang diorganisasikan berdasarkan sebuah skema atau struktur tertentu. Database tidak selalu berhubungan dengan komputer. Contohnya adalah buku telepon. Hal ini karena buku ini berisi kumpulan nama, alamat, dan nomor telepon yang disusun dalam urutan alfabetis. Namun pada saat sekarang ini, database sangat identik dengan komputer. Database di dunia komputer memang sudah menjadi bagian yang sangat penting. Hampir semua aplikasi memakai database sebagai tulang punggungnya. Database diperlukan karena berbagai macam alasan, diantaranya:

1. Salah satu komponen penting dalam sistem informasi, karena merupakan dasar dalam menyediakan informasi.
2. Menentukan kualitas informasi akurat, tepat pada waktunya dan relevan. Informasi dapat dikatakan bernilai apabila manfaatnya lebih efektif dibandingkan dengan biaya mendapatkannya.
3. Mengurangi duplikasi data (*data redundancy*).
4. Hubungan data dapat ditingkatkan (*data reliability*).
5. Mengurangi pemborosan tempat simpanan luar. (didik, 2009).

6.1. Jenjang Data

Tingkatan dari data adalah sebagai berikut:

1. **Database** merupakan Kumpulan dari file/table membentuk database.
2. **File** merupakan kumpulan dari record-record yang menggambarkan satu

kesatuan data yang sejenis. Misalnya file mata pelajaran berisi data tentang semua mata pelajaran yang ada.

3. **Record** merupakan kumpulan dari field membentuk suatu record. Record menggambarkan syatu unit data individu yang tertentu. Kumpulan dari record membentuk suatu file. Misalnya file personalia, tiap-tiap record dapat mewakili data tiap-tiap karyawan.
4. **Field** Mempresentasikan suatu atribut dari record yang menunjukkan suatu item dari data, seperti misalnya nama, alamat dan lain sebagainya. Kumpulan dari field membentuk suatu record.
5. **Characters**: Merupakan bagian data yang terkecil, dapat berupa karakter numerik, huruf ataupun karakter-karakter khusus (*Special Characters*) yang membentuk suatu item data/field.

6. MySQL

MySQL adalah salah satu database server yang cukup dikenal saat ini. MySQL keluaran T.c.X. data Consult AB, sebuah perusahaan IT Swedia, yang menawarkan berbagai keunggulan dibandingkan database server lainnya, yaitu:

1. Mampu menangani jutaan user dalam waktu yang bersamaan.
2. Mampu menampung lebih dari 50 juta record.
3. Sangat cepat dalam mengeksekusi perintah.

Selain itu MySQL juga menyediakan dukungan open source. Setiap pengguna MySQL diizinkan untuk mengubah source untuk keperluan pengembangan atau menyelaraskan spesifikasi database sesuai kebutuhan (Janner, 2006).

MySQL adalah suatu database populer dengan pengembang Web (Web Developer). Kecepatan dan ukuran yang kecil membuatnya ideal untuk website. Ditambah lagi dengan fakta bahwa MySQL adalah open source.

Adapun keuntungan MySQL adalah:

1. Cepat. Tujuan utama dari pengembangan MySQL adalah kecepatan, sebagai konsekuensi software yang dirancang dari awal untuk kecepatan.
2. Tidak Mahal. MySQL adalah Cuma-Cuma di bawah lisensi GPL open source, sementara pembiayaan untuk lisensi komersialnya sangatlah pantas.
3. Mudah digunakan. Anda dapat membangun dan berinteraksi dengan database MySQL hanya dengan menggunakan sedikit pernyataan sederhana di dalam bahasa SQL, yang menjadi bahasa standar untuk komunikasi dengan RDBMS.
4. Dapat berjalan pada beberapa sistem operasi. MySQL dapat berjalan pada sistem operasi beragam, seperti Windows, linux, Mac OS.
5. Dukungan teknis secara luas tersedia.
6. Aman. MySQL adalah sistem otorisasi fleksibel yang mengizinkan beberapa atau semua privilege database untuk pengguna khusus atau kelompok pengguna.
7. Mendukung database yang besar. MySQL menangani database sampai 50 juta baris atau lebih.
8. Customizable. Lisensi GPL open source mengizinkan pemrogram untuk memodifikasi software MySQL untuk mencocokkannya dengan lingkungan tertentu (Janner, 2006).

7. PhpMyAdmin

Setiap RDBMS (*Relation Database Management System*) seperti Oracle, SQL Server, MySQL dan lain-lain, pasti memiliki tool yang dapat digunakan untuk mempermudah pengoperasian database. Oracle memiliki *TAOD*. SQL Server memiliki *Enterprise Manager* dan *SQL Query Analyzer*. Sedangkan MySQL memiliki *tool* atau aplikasi yang disebut *PhpMyAdmin*.

PhpMyAdmin merupakan aplikasi berbasis web yang dikembangkan menggunakan bahasa pemrograman PHP. Melalui *PhpMyAdmin*, *user* dapat melaku-

kan perintah *query*. Perintah tersebut misalnya administrasi *user* dan *privileges*, export dan *import* database, manajemen database, manajemen tabel dan struktur tabel, dan sebagainya. *PhpMyAdmin* sangat *user friendly*, sehingga mudah untuk digunakan walaupun pengguna baru (*newbie*) (Saputro, 2008).

8. PHP (Personal Home Page)

PHP adalah bahasa (*Scripting Language*) yang dirancang secara khusus untuk penggunaan *Web*. PHP adalah *tool* anda untuk pembuatan halaman *web* dinamis. Kaya akan fitur yang membuat perancangan *web* dan pemrograman lebih mudah, PHP digunakan pada 13 juta *domain*.

Seperti bahasa pemrograman *web* lainnya. PHP memproses seluruh perintah yang berada dalam skrip PHP di dalam *web server* dan menampilkan outputnya ke dalam *web browser* klien. PHP adalah bahasa *scripting* yang menghasilkan output HTML ataupun output-output lainnya, sesuai keinginan pemrogram (misalnya: PDF, dan lain-lain) yang dijalankan pada *server side*. Artinya, semua sintaks yang kita berikan akan sepenuhnya dijalankan pada *server* sedangkan yang dikirimkan ke *browser* hanya hasilnya (*output*) saja (Janner, 2006).

Adapun keunggulan PHP antara lain:

1. cepat, karena ditempelkan (*embedded*) di dalam kode HTML, sehingga waktu tanggap menjadi pendek.
2. Tidak mahal-gratis, pada kenyataannya PHP adalah gratis dan bisa diperoleh tanpa harus membayarnya.
3. Mudah untuk digunakan, PHP berisi beberapa fitur khusus dan fungsi yang dibutuhkan untuk membuat *web* yang dinamis.
4. Berjalan pada beberapa sistem Operasi, dapat berjalan pada sistem operasi yang beragam, *windows*, *linux*, *Mac OS*, dan kebanyakan variasi dari *Unix*.

5. Dukungan teknis tersedia secara luas karena PHP menyediakan dukungan gratis via daftar diskusi *e-mail*.
6. Aman, pengguna tidak melihat kode PHP, karena kode yang ditampilkan pada *browser* adalah kode HTML.
7. Dirancang untuk mendukung database. PHP meliputi kemampuan yang dirancang untuk berinteraksi dengan database tertentu.
8. *Customizable, Lisensi open source* sehingga mengizinkan para pemrogram untuk memodifikasi *software* PHP.

9. Macromedia Dreamweaver 8

Macromedia Dreamweaver merupakan sebuah *editor* HTML *profesional* untuk *mendesain* secara visual dan mengolah situs *web* maupun halaman *web*. *Macromedia Dreamweaver 8* adalah salah satu produk dari *vendor Macromedia Inc.* Dimana *Macromedia Dreamweaver 8* ini memiliki kemampuan untuk menyunting kode dengan lebih baik, serta mampu menggabungkan *layout site* dengan *programming web*.

Aplikasi pada *Dreamweaver* juga dapat membuat sebuah aplikasi dinamis dengan *database* menggunakan bahasa *server* seperti CFML, ASP.NET, ASP, JSP, dan PHP. CSS atau *Cassading Style* adalah sebuah dokumen yang berisi aturan yang digunakan untuk memisahkan isi dengan *layout* dalam halaman-halaman web yang dibuat (Kurniawan, 2008).

10. Rancangan Website

Perancangan yang disulkan untuk Toko on-line adalah sebagai berikut :

1. Context.

Pada kriteria *context* terdapat 2 kategori yaitu Estetika dan Fungsional. Secara fungsional *website* ini dirancang agar pelanggan merasa nyaman dan juga mudah dalam melihat-lihat produk yang tersedia di toko online ini. Elemen-elemen rancangan dan kinerja yang terdapat dalam *website* Toko on-line ini sebagai berikut :

a. Section Breakdown

Section Breakdown bisa terlihat pada *menu* sebelah kanan dari halaman *website*. *Menu* tersebut adalah daftar hirarki produk menurut kategorinya. Sehingga pelanggan dapat mengerahui secara langsung pengkategorian produk.

b. Lingking Structure

Pada *website* Toko on-line juga tersedia *link-link* yang dapat memudahkan pelanggan untuk menuju ke halaman lain.

c. Speed

Untuk kecepatan *website* Toko online termasuk cepat dalam mengaksesnya. Karena *website* ini tidak terlalu banyak menggunakan *image* sehingga akses dapat dilakukan dengan cepat.

d. Reliability

Sistem yang berjalan sudah tidak mengalami *error*, jikapun ada *error* yang terjadi maka akan segera diperbaiki untuk menghindari kekecewaan pelanggan.

Sedangkan untuk kriteria Estetikanya memperhatikan 2 fitur yang paling penting yaitu :

a. Color Scheme

Warna yang dipergunakan pada halaman *website* terlihat sangat konsisten. Warna didominasi dengan nuansa putih dan biru, sehingga terlihat selalu segar dan juga rapih.

b. Visual Scheme

Unsur *visual scheme* juga terlihat pada letak menu bagian kanan dimana letak daftar menu daftar produk tersebut tidak akan berubah walaupun sedang akses ke halaman lain. Selain itu lokasi nama perusahaan dan navigasi juga tidak mengalami perubahan walaupun sedang akses halaman berbeda.

2. Content

Content dari *website* Toko online ini berisi semua jenis produk yang tersedia. *Content classification* pada *website* ini dapat dikategorikan berdasarkan kategori produk. Pada *content* terdapat 4 dimensi yaitu *offering mix*, *appeal mix*, *multimedia mix*, dan *timeliness mix*

a. Offering mix

Website Toko menampilkan informasi produk dengan secara spesifik. Hal ini bisa terlihat dari beberapa informasi yang ditampilkan seperti harga, spesifikasi, detil dan juga stok yang tersedia.

b. Appeal mix

Appeal mix pada *website* ini bersifat *cognitif* karena harga yang ditawarkan cukup bersaing dengan yang lain. Juga harga dapat menentukan kualitas dari produk yang ditawarkan.

c. Multimedia mix

Multimedia yang ada di *website* ini terdiri dari animasi *image*, *image*, dan teks.

d. Timeliness mix

Informasi produk yang ditampilkan adalah informasi yang *up-to-date*. Sehingga pelanggan dapat melihat perkembangan dari produk tersebut.

3. Community

Pada *website* Toko dapat dikategorikan dalam *limited*, karena di dalam *website* ini tidak ada komunitas yang menawarkan kepada pelanggan untuk berinteraksi satu dengan lainnya, hal ini dikarenakan pertimbangan awal bagi yang mengakses *website* ini hanya untuk mencari informasi dan melakukan pembelian produk.

4. Customization

Website Toko tidak menyediakan *customization* yang bisa dilakukan oleh pengguna. Sehingga semua pengguna

diperlakukan sama dengan tampilan yang seragam.

5. Connection

Pada *website* Toko memiliki beberapa koneksi yang berupa *link* yang nantinya akan menuju ke *website* yang berhubungan dengan produk. Hal ini ditujukan agar pengunjung mendapatkan informasi yang lebih dari sekedar yang ada di *website* Toko.

6. Commerce

Website Toko diklasifikasikan ke dalam *medium commerce*, dimana tersedia fasilitas untuk pembuatan akun, *login*, keranjang belanja dan konfirmasi pembayaran.



Gambar 2. Diagram Navigasi

Terdapat beberapa alat-alat yang berfungsi sebagai pendukung *commerce* pada *website* Toko on-line, yaitu :

a. Daftar Baru

Calon pelanggan dapat melakukan pendaftaran akun baru yang berguna untuk melakukan pendaftaran akun berguna untuk mengetahui identitas pelanggan saat pengiriman produk.

b. Login

Login digunakan untuk pelanggan agar dapat melakukan transaksi di *website* Toko.

c. Keranjang Belanja

Keranjang belanja adalah alat yang sangat diperlukan pada *commerce*. Pelanggan dapat menentukan dan melihat produk apa saja yang sudah dipilihnya. Juga pelanggan dapat menentukan berapa banyak produk yang akan dibeli. Setelah semua dipilih

maka total dari harga akan tampil. Dengan demikian pelanggan dapat mengetahui dengan jelas semua produk yang akan dibeli.

d. Beli

Pelanggan hanya perlu klik *link* yang berlabel “Beli” maka produk yang dimaksud akan secara otomatis masuk ke dalam keranjang belanja. Hal ini sangat memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi



Gambar 3. Tampilan Login



Gambar 4. Tampilan Produk



Gambar 1. Tampilan Transaksi

11. SIMPULAN

Setelah menyelesaikan analisis terhadap usaha toko ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis Toko manual menemukan kendala seperti kesulitan bertransaksi, informasi yang kurang up to date, pelanggan hanya dapat memperoleh informasi pada saat jam kerja

toko saja. Maka dengan adanya perancangan sistem e-commerce diharapkan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi dalam memperoleh informasi, keluhan dan cara pembayaran.

2. Setelah melakukan analisis *Opportunity Assessment*, maka dapat disimpulkan bahwa Toko sudah siap untuk memulai bisnisnya dengan menerapkan sistem *e-commerce* ke proses bisnisnya.
3. Perusahaan dapat meningkatkan area penjualan produk dan tingkat penjualan produk.

DAFTAR PUSTAKA

Bennet, Simon, Steve McRobb dan Ray Farmer. (2006). *Object Oriented Systems Analysis and Design Using UML*. McGraw Hill, New York

Companies, Inc. New York. Silberschatz, Abraham (2006) *Database system concepts 5th Edition*.

James A. dan Marakas, George M. (2006). *Management Information System*. The McGraw-Hill

Kurniawan, B. 2008. *Desain Web Praktis dengan CSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Laudon, C Kenneth, Traver, Carol Guercio. (2004). *E-commerce : Business technology, Society*. New Jersey : Addison Wesley. O’ Brien,

Made Karmawan, I Gusti., dkk., Analisis Dan Perancangan *E-Commerce* Pd. Garuda Jaya., *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2010 (SNATI 2010) ISSN: 1907-5022 Yogyakarta, 19 Juni 2010*

Sugiri, S. H. 2008. *Pengelolaan Database MySQL dengan PHPMyAdmin*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Simarmata, J. 2006. *Menggunakan PHP dan MySQL*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Suprianto, Dodit., (2008) *Buku pintar pemrograman PHP*. OASE Media.
- Turban Effraim. (2008). *Electronic commerce 2008; a managerial perspective Pearson Education*.
- Dwi, D. P. 2009. *Mengenal Database*.
<http://www.catatanlepas.com/komputer/44-database/83-mengenal-database.pdf>
 Diakses 8 september 2011.
- Nofie, I. 2009. *Mengenal e-Commerce.images*.
frihartati.multiply.com/.../mengenal-e-commerce.pdf
 Diakses tanggal 5 Oktober 2011.
- Januri, B. M. Dkk. 2008. *e-Commerce dan Standar-Standar Dalam e-Commerce*.
<http://wilis.himatif.or.id/.../ecommercestandar-standarddalam-e-commerce.doc>.
 Diakses tanggal 9 September 2011.
- Ramadhani, G. 2003. *Pengenalan Internet*.
<http://dhani.singcat.com/files/pengenalan-internet.pdf>
 Diakses 12 september 2011.
- Stiawan, D. 2002. *e-Commerce*. deris.unsri.ac.id/materi/deris/ecommerce_deris.pdf. Diakses tanggal 11 September 2011.
- *) Penulis adalah Dosen Tetap pada STIE Nobel Indonesia Makassar