

PENGEMBANGAN E-COMMERCE KHUSUS PRODUK PAKAIAN WANITA BERBASIS WEB (STUDI KASUS : BARANG ELOK)

Yesi Zenggia Putri, Kirman

Sistem Informasi, Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Bengkulu, Indonesia₁

yesizenggia@gmail.com

ABSTRAK

Kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, *e-commerce* telah mengubah cara berinteraksi dengan pelanggan dan cara konsumen melakukan pembelian. Dalam beberapa dekade terakhir, *e-commerce* telah berkembang pesat dan menjadi salah satu sektor ekonomi yang paling dinamis. Untuk hal dalam proses promosi dan penjualan terdapat beberapa kendala, dalam hal ini penjualan secara online. Dikarenakan barang elok belum memiliki aplikasi *e-commerce* berbasis website untuk menyediakan segala informasi produk yang akan dipromosikan. Untuk meningkatkan jumlah pembeli maka diperlukan suatu aplikasi *e-commerce* berbasis website yang mampu menjawab permasalahan tersebut. Di dalam pengembangan *e-commerce*, aplikasi online store barang elok saat ini mengkhususkan produk pakaian wanita sehingga memberikan kemudahan kepada konsumen atau pelanggan dapat melihat detail produk secara online, baik dari harga, foto produk dan juga keterangan tentang produk atau barang tanpa perlu datang langsung ke tempat dan diberikan kemudahan dalam bertransaksi. Tujuan perancangan sistem informasi berbasis web ini adalah membuat sistem informasi yang efisien untuk menyediakan informasi tentang wisata, memudahkan akses masyarakat, serta membantu promosi dan pemesanan tiket online. Metode yang digunakan adalah waterfall yang meliputi analisis kebutuhan, desain perangkat lunak, implementasi dan uji coba sistem, integrasi, serta operasi dan perawatan. Hasil penelitian menunjukkan aplikasi yang terdiri user(konsumen) dan admin. Aplikasi ini menyediakan informasi tentang produk pakaian wanita, pendaftaran, login, dan pemesanan produk pakaian. Admin dapat mengelola data produk, kategori, .

Kata Kunci : Teknologi, Aplikasi, online Store, Penjualan, Web

1. PENDAHULUAN

Kemajuan dalam perkembangan teknologi dan informasi, manusia menggunakan dan memanfaatkan internet sebagai sarana informasi dan komunikasi secara luas. Salah satu kebutuhan manusia untuk mendapatkan suatu informasi yaitu dengan menggunakan fasilitas media bisnis di internet seperti saat ini. Salah satu contoh trend bisnis saat ini yaitu *e-commerce*. *E-commerce* adalah sarana yang digunakan untuk menyebarkan informasi suatu produk dan memperluas area pemasaran untuk memperoleh keuntungan dan saingan dalam dunia bisnis. Dengan keunggulan dari internet seperti akses yang luas, biaya yang relative murah, dan kemudahan lainnya, maka banyak bisnis yang merambah kedalam *e-commerce* dalam bentuk toko online.[1]

Perkembangan *e-commerce* telah menjadi fenomena yang signifikan dalam dunia bisnis modern. Dengan kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, *e-commerce* telah mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan dan cara konsumen melakukan pembelian. Dalam beberapa dekade terakhir, *e-commerce* telah berkembang pesat dan menjadi salah satu sektor ekonomi yang paling dinamis.

Selain itu, perubahan perilaku konsumen juga telah berkontribusi pada perkembangan *e-commerce*. Konsumen kini lebih cenderung untuk melakukan pembelian secara online karena kemudahan,

kenyamanan, dan pilihan yang lebih luas yang ditawarkan oleh platform *e-commerce*. Selain itu, adopsi teknologi mobile juga telah memainkan peran penting dalam perkembangan *e-commerce*, dengan semakin banyak konsumen yang melakukan pembelian melalui perangkat seluler mereka.

Perkembangan *e-commerce* juga telah memberikan peluang bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) untuk memasuki pasar global. Dengan biaya yang relatif rendah untuk memulai bisnis *e-commerce*, UKM dapat memanfaatkan platform *e-commerce* untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan bersaing dengan perusahaan besar. Hal ini telah mengubah lanskap bisnis secara keseluruhan dan memberikan kesempatan bagi UKM untuk tumbuh dan berkembang.[2]

Pengembangan teknologi bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional. Dalam konteks ini, penerapan teknologi informasi dan *e-commerce* dapat membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi produksi, dan memperbaiki manajemen bisnis. Selain itu, penggunaan teknologi juga dapat membantu UMKM dalam menghadapi tantangan globalisasi dan persaingan pasar yang semakin ketat. Dengan adopsi teknologi yang tepat, UMKM dapat memperoleh akses ke pasar yang lebih luas, meningkatkan produktivitas, dan memperkuat posisi

bisnis mereka dalam perekonomian digital.[2]

Berdasarkan pengamatan peneliti, Usaha Barang Elok adalah salah satu Usaha Pakian Wanita yang berada di Jl. Irian Semarang samping gang SMP 10 Kota Bengkulu. Pada umumnya setiap Usaha atau UMKM pasti memiliki website yang dapat diakses publik dan memberikan informasi yang lengkap kepada masyarakat, namun hingga saat ini Usaha Barang Elok belum memiliki website sebagai sarana penyebaran informasi dan promosi yang nyaman. Saat ini penyampaian informasi yang dilakukan masih sangat kurang, penyampaian informasi yang digunakan hanya berupa informasi lisan. Dengan demikian, penyebaran informasi tentang Usaha Barang Elok dinilai kurang efektif.

Berdasarkan latar belakang oleh masalah di atas, maka penulis akan menggunakan judul “Pengembangan *E-Commerce* Khusus Produk Pakaian Wanita Berbasis Web Studi kasus (Barang Elok)

2. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam penelitian ini, penulis sedikit banyak mengambil referensi dari penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik pada penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Made Bagus Lawa Pradnyanthy,dkk yang berjudul Pemberdayaan UMKM Melalui Pengenalan Pemasaran Digital Khususnya Media Sosial Sebagai Sarana Promosi di Era Pandemi. Penelitian ini membahas tentang pemberdayaan UMKM di Desa Panjer melalui program pengenalan pemasaran digital, khususnya media sosial, sebagai sarana promosi selama pandemi COVID-19..[3]

Penelitian yang dilakukan oleh Harfebi Fryonanda yang inimebahas perancangan sistem informasi *e-commerce* pemasaran hasil pertanian berbasis website. Metode yang digunakan adalah waterfall, dengan tahapan requirements analysis, design, coding, dan testing. Website OTANI memiliki Tampilan utama, Tampilan all product, card product, Tampilan registrasi, dan Tampilan login. Pengujian menggunakan metode Black Box testing menunjukkan keberhasilan website dalam sebagian besar aktivitas yang diuji.[4]

Penelitian yang dilakukan oleh Eka Puspita Sari, dkk yang berjudul SISTEM INFORMASI PENJUALAN PAKAIAN WANITA BERBASIS WEB (*E-COMMERCE*) PADA PT. BUNITOP INDONESIA .Penelitian ini membahas tentang perancangan sistem informasi penjualan pakaian wanita berbasis web (*E-Commerce*) pada PT. Bunitop Indonesia. Sistem penjualan saat ini dilakukan secara manual, menyebabkan kesalahan dalam pengolahan dan pencarian data. Oleh karena itu, diperlukan solusi berupa perancangan sistem informasi menggunakan teknologi *E-Commerce* untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Hasilnya adalah implementasi sistem informasi penjualan yang terkomputerisasi untuk memudahkan proses transaksi penjualan dan

pengolahan data penjualan..[5]

Penelitian yang dilakukan oleh Hendra Berlian yang berjudul Upaya Peningkatan pembelian produk Fashion di toko *online* x berdasarkan medel niat pembelian. Penelitian ini membahas upaya peningkatan pembelian produk fashion di toko *online* X berdasarkan model niat pembelian. Toko *online* X mengalami penurunan omset dan pemilik toko ingin meningkatkan penjualan dengan melakukan perbaikan berdasarkan hasil penelitian. [6]

2.1. *E-commerce*

e-commerce adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyagkut konsumen (consumers), manufaktur (manufactures), service providers dan pedagang perantara (intermediaries), dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (computer networks) yaitu internet [7]. Dengan kata lain *e-commerce* adalah merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan, atau perahlian hak [8].

2.2. *Waterfall*

Waterfall adalah metode yang menggambarkan pendekatan secara sistematis dan juga berurutan(*step by step*) pada sebuah pengembangan perangkat lunak[9]

2.3. *BlackBox*

Black Box Testing adalah metode di mana pengujian dilakukan dengan menjalankan atau mengeksekusi unit atau modul tanpa memperhatikan implementasi internalnya[10]

3. PERANCANGAN SISTEM .

3.1. Metode pengumpulan data

Didalam metode pengumpulan data terdiri dari: studi pustaka, studi lapangan yang hanya menggunakan observasi dan wawancara dan studi literaturs.

a. Metode Observasi

Observasi, yaitu mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis ke tempat penelitian agar memperoleh data yang valid.

b. Metode Intevieu

Interview (wawancara), yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan sesi tanya jawab secara langsung kepada pihak-pihak yang berkepentingan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.

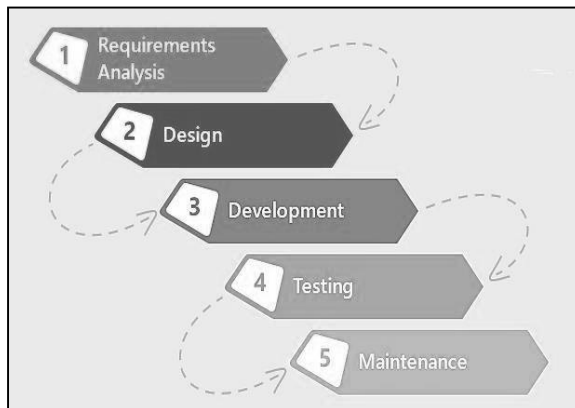
c. Studi Pustaka

Peneliti melakukan studi pustaka sebagai perbandingan antara penelitian yang sudah di lakukan dengan penelitian penulis, dan peneliti mengumpulkan data-data dan informasi Jurnal yang terdapat pada Google Scholar. Serta peneliti juga melakukan pencarian di internet yang

berkaitan dengan *E-commerce* pakaian wanita berbasis web.

3.2. Metode pengembangan sistem *e-commerce*

Pada penelitian ini, metode pengembangan sistem yang digunakan adalah *Waterfall* yang mempunyai ciri khas pengerjaan setiap fase dalam *Waterfall* harus diselesaikan terlebih dahulu sebelum melanjutkan ke fase selanjutnya. Metode *Waterfall* adalah metode yang menggambarkan pendekatan secara sistematis dan juga berurutan (*step by step*) pada sebuah pengembangan perangkat lunak. Tahapan Metode *Waterfall*.



Gambar 1. Metode *Waterfall*

a. Requirement Anaysis

Pada tahap awal ini penulis melakukan analisis kebutuhan dari software yang akan dirancang dibuat, meliputi analisis fungsi dalam sistem yang dibutuhkan, analisis output, analisis input, dan analisis kebutuhan yang didapatkan berdasarkan hasil wawancara dan observasi langsung.

b. System Design

Setelah mendapatkan informasi yang cukup mengenai hal-hal yang dibutuhkan penggunaan sistem. Tahap selanjutnya yaitu melakukan perancangan aplikasi yang akan dibuat untuk memberi gambaran apa seharusnya di kerjakan oleh programmer dan bagaimana tampilanya, meliputi rancangan input, rancangan output dan rancangan struktur database.

c. Perancangan (Design)

Setelah memahami kebutuhan, yang menggunakan Metode *Waterfall* merancang arsitektur, desain, dan spesifikasi teknis software. Perancangan juga melibatkan pembuatan diagram alir dan desain antarmuka pengguna.

d. Implementation / testing

Pada tahap ini penulis yang membuat aplikasi akan membuat program atau aplikasi yang telah di rancang. Tahap ini merupakan implementasi dari tahap design yang telah dibuat. Untuk dapat dipahami oleh komputer maka aplikasi tersebut dibuat dengan menggunakan bahasa pemrograman yaitu menggunakan PHP dan MySQL melalui proses coding.

e. Maintenance

Pada tahap ini yang merupakan tahap akhir dari metode *waterfall* akan dilakukan pemeliharaan terhadap aplikasi yang telah dibuat. Pemeliharaan ini termasuk dalam tahap memperbaiki kesalahan yang tidak ditemukan pada tahap sebelumnya.

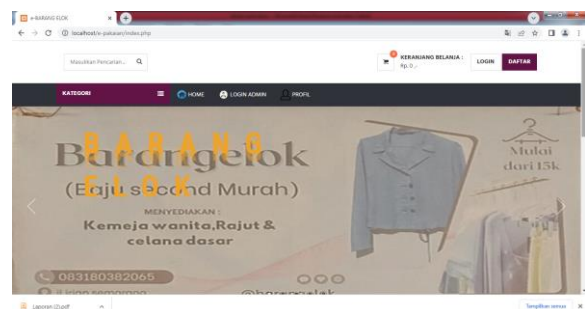
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melewati tahap-tahap analisis yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka hasil yang diperoleh adalah *e-commerce* khususnya produk pakaian wanita

Berikut implementasi dari *e-commerce* khususnya produk pakaian wanita yang diaplikasi dalam system sebagai berikut

4.1. Tampilan menu utama

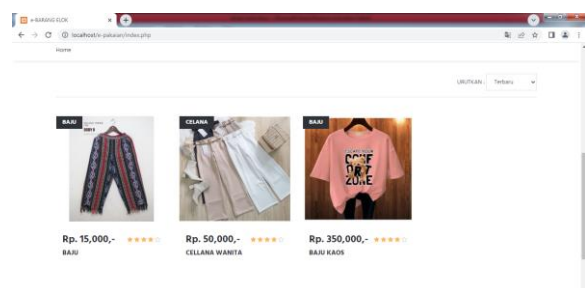
Tampilan menu utama yang merupakan tampilan utama atau menu home selain terdapat beberapa menu yaitu, menu home, menu produk, menu hubungi kami, menu login, serta menu daftar.



Gambar 2. Tampilan menu tama

4.2. Tampilan produk barang elok

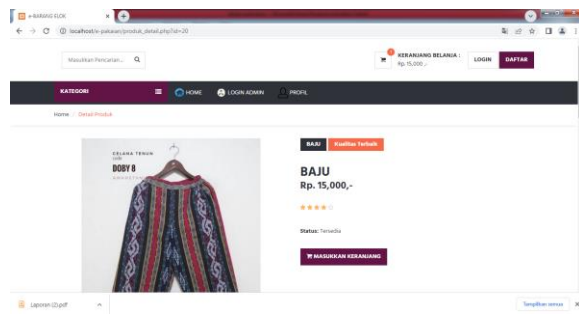
Tampilan produk berisi semua produk barang elok yang tersedia diaplikasi. Tertera gambar produk dan harga.



Gambar 3. Tampilan produk

4.3. Tampilan detail produk barang elok

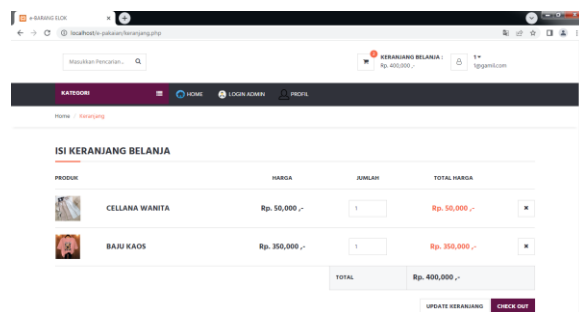
Tampilan detail produk barang elok merupakan tampilan yang menampilkan spesifikasi produk.



Gambar 4. Tampilan detail produk

4.4. Tampilan keranjang belanja

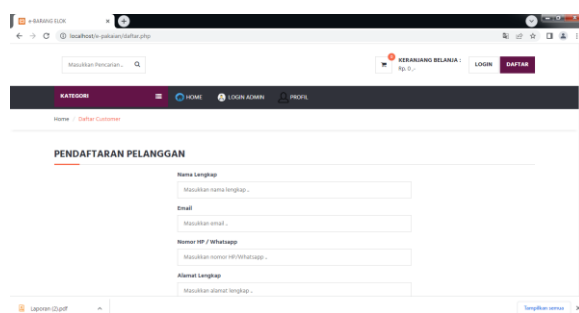
Di tampilan keranjang belanja terdapat daftar produk - produk yang telah di pilih dan setelah itu untuk melakukan pembayaran berdasarkan jumlah dan harga produk .



Gambar 5. Tampilan keranjang belanja

4.5. Tampilan daftar dan login konsumen

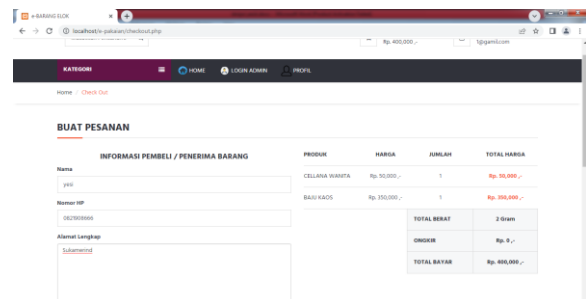
Tampilan daftar dan login konsumen akan menampilkan menu pendaftaran untuk konsumen mengisi data konsumen agar menjadi member bagi konsumen baru dan setelah mendaftar konsumen hanya mengisi email serta password untuk bisa login.



Gambar 6. Tampilan daftar dan login

4.6. Tampilan Konsumen

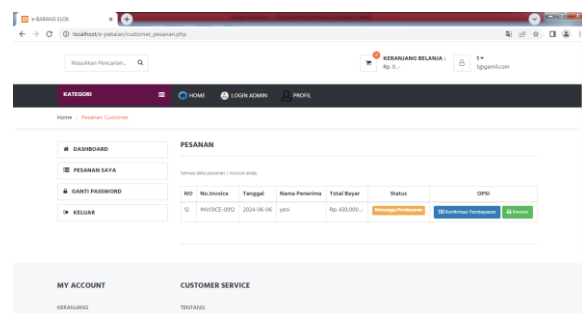
Tampilan konsumen muncul setelah user menginput *email* dan *password* sebagai kunci agar bisa masuk ke halaman tampilan produk . Pada tampilan ini member konsumen dapat melihat profil, data pesanan, konfirmasi pembayaran dan retur produk.



Gambar 7. Tampilan konsumen

4.7. Tampilan pesanan konsumen

Tampilan pesanan konsumen berisi tentang data pemesanan konsumen yang telah dipesan serta terapat status pembayaran .



Gambar 8. Tampilan pesanan konsumen

4.8. Pengujian Sistem

Pengujian dilakukan setelah implementasi selesai dilaksanakan, hal ini bertujuan untuk menemukan kesalahan dan kemudian memperbaikinya. Pengujian *E-commerce* ini menggunakan *Black-box*. Adapun pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

a. Pengujian Konsumen

Pengujian konsumen dilakukan oleh konsumen yang terdiri dari memilih produk, daftar *member*, melakukan pembelian produk serta *logout*.

Tabel 1. Pengujian Konsumen

No	Fungsi yang di uji	Hasil yang diharapkan	Hasil Pengujian
1.	Daftar	daftar pelanggan berhasil dilakukan	Ok
2.	Login pelanggan	Masuk ke Tampilan pelanggan	Ok
3.	Detail barang	Masuk ke Tampilan detail barang yang dipilih	Ok
4.	Beli barang	Proses d a l a m pembelian barang dapat diproses	Ok
5.	Checkout	Masuk ke Tampilan serta lihat keranjang belanja	Ok
6.	Lanjutkan pemesanan	Masuk ke Tampilan lanjutkan pemesanan belanja	Ok
7.	Menu tampil transaksi	Menu tampil transaksi tampil sudah berfungsi dengan benar	Ok

No	Fungsi yang di uji	Hasil yang diharapkan	Hasil Pengujian
8.	Cari data produk	Masuk dan menampilkan Tampilan pencarian data barang tampil setelah proses pencarian	Ok
9.	Menu konfirmasi pembayaran	Menampilkan Tampilan konfirmasi pembayaran	Ok
10.	Menu retur	Menampilkan Tampilan retr barang	Ok
11.	Logout	Berhasil keluar dari sistem	Ok

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil pembahasan yang ada pada bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa Sistem ini dapat menjadi solusi dalam memasarkan produk lebih luas lagi melalui *Web*, Pencatatan hasil pemesanan langsung terdokumentasi oleh sistem, sehingga meminimalisir adanya kesalahan, serta aplikasi pakaian wanita pada system memudahkan koinsumen untuk melihat produk secara detail. Selain itu, sistem ini dapat membantu dalam proses laporan penjualan produk. Adapun untuk saran penulis dapat memberikan beberapa saran untuk aplikasi ini dapat dikembangkan lagi ke dalam sistem yang lain seperti aplikasi android ataupun yang lainnya, Hasil laporan penjualan dapat ditambahkan fitur *export* atau *download* dalam format lain, juga penambahan *filter* data yang ditampilkan, Sistem *e-commerce* ini dapat dikembangkan dengan sistem berbasis *mobile app*, sehingga dapat lebih memudahkan *customer* dalam bertransaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anshor, Abdul Halim. 2022. "Strategi Pengembangan *E-Commerce* Dalam Rangka Memajukan UMKM Untuk Pembangunan Berkelanjutan." Vol.1.
- [2] Bahtiar Gunawan, Maulana Shaleh, Nisrina Anbar, Ranga Sanjaya. 2020. "STRATEGI PENGEMBANGAN TEKNOLOGI *E-COMMERCE* UMKM RUMAH SAYUR LEMBAH MENGGUNAKAN METODE ANALISIS SWOT." 1-13.
- [3] Berlian, Hendra. 2018. *UPAYA PEMBELIAN PENINGKATAN PRODUK FASHION DI TOKO ONLINE X BERDASARKAN MODEL NIAT PEMBELIAN*.
- [4] Eka Puspita Sari, Eni Pudjiarti, Helma Susanti. 2020. Vol 12.
- [5] Fryonanda, Harfebi. 2023. "PERANCANGAN SISTEM INFORMASI *E-COMMERCE* PEMASARAN HASIL PERTANIAN BERBASIS WEBSITE." 43-51.
- [6] I Made Bagus Lawa Pradnyantha Wartika, Anak Agung Putu Putra Mahendra, I Putu Andi Wirawan, Luh Putu Mahyuni, I Nengah Wirsas. 2023. "Pemberdayaan UMKM Melalui Pengenalan Pemasaran Digital Khususnya Media Sosial Sebagai Sarana Promosi di Era Pandemi ." Vol.7.
- [7] Masitah, Abdullah, Ilyas. 2018. "*E-COMMERCE* PENJUALAN PAKAIAN PADA LAPAK MARIATI BERBASIS WEB." Vol.2.
- [8] Mohammad Rafki Nazar, Alessandro Timotius Oloando, Muthia Aisha Putri, Cakra Berri, Maura Tazkia. 2023. "Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap *E-Commerce*." 1817-1823.
- [9] Yuli Pratama Aldi, Mohammad. Iwan Wahyuddin. 2022. "Sistem Informasi Penjualan Makanan Menggunakan Metode User Centered Design Berbasis Web ." 786-793
- [10] Siradjuddin, H.K. (2018) 'Sistem Informasi Pariwisata Sebagai Media Promosi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Tidore Kepulauan', IJIS - Indonesian Journal On Information System.