

---

## PERANAN ECOMMERCE DALAM PENINGKATAN PENJUALAN (STUDI KASUS: MATA FASHION OEBOBO)

Vera Selviana Adoe<sup>1</sup>, Dessy kale Uly<sup>2</sup>, Imelda Inang<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Stikom Artha Buana, e-mail: [veraanwar08@gmail.com](mailto:veraanwar08@gmail.com)

<sup>2</sup> Stikom Artha Buana, e-mail: [dessykaleuly@gmail.com](mailto:dessykaleuly@gmail.com)

<sup>3</sup> Stikom Artha Buana, e-mail: [idaroma0898@gmail.com](mailto:idaroma0898@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

---

Article history:

Received : 18 – September - 2022

Received in revised form : 18 – September - 2022

Accepted : 18 – Oktober - 2022

Available online : 01 – November - 2022

### ABSTRACT

The rapid development of information technology, supported by the development of the increasingly advanced internet, provides convenience, especially in the application of Ecommerce in the business world. Ecommerce is a website for buying and selling goods or services by utilizing a technology network. This encourages entrepreneurs to switch to the digital world including Mata Fashion Oebobo which is one of the boutique stores with a business engaged in selling clothes, especially Jepara-patterned woven clothing located at Oebobo Market, Kupang City, NTT. This boutique store needs a system that later the system can make it easier to also increase income and expand the network in selling woven clothes. From these problems, researchers designed a web-based Ecommerce application that can help customers in shopping online anytime and anywhere by utilizing social media as an access tool. In this implementation the author begins with interviews and observations. The result of this research is a web-based Ecommerce system that is expected to help companies in increasing income, as well as expanding sales networks in Mata Fashion Oebobo.

**Keywords:** Ecommerce Implementation, Website, Boutique Store.

---

### Abstrak

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat, dengan didukung oleh perkembangan internet yang kian maju, memberikan kemudahan terutama pada penerapan Ecommerce dalam dunia bisnis. Ecommerce adalah website jual beli barang atau jasa dengan memanfaatkan jaringan teknologi. Hal ini mendorong para pengusaha untuk beralih ke dunia digital termasuk Mata Fashion Oebobo yang merupakan salah satu toko butik dengan usaha yang bergerak di bidang penjualan pakaian khususnya pakaian tenun bercorak Jepara yang berlokasi di Pasar Oebobo Kota Kupang, NTT. Toko butik ini membutuhkan sebuah sistem yang nantinya sistem tersebut dapat mempermudah juga menambah penghasilan serta memperluas jaringan dalam penjualan pakaian tenun. Dari permasalahan tersebut maka peneliti merancang sebuah aplikasi Ecommerce berbasis web yang dapat membantu customer dalam berbelanja secara online kapan saja dan dimana saja dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat

*Received 18 – September - 2022; Revised 18 – Oktober - 2022; Accepted 01 – November - 2022*

aksesnya. Dalam implementasi ini penulis memulai dengan wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah sistem Ecommerce berbasis web yang diharapkan sistem ini dapat membantu perusahaan dalam menambah penghasilan, serta memperluas jaringan penjualan di Mata Fashion Oebobo.

**Kata Kunci:** Implementasi Ecommerce, Website, Toko Butik.

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dewasa ini, sangat mendukung pelaku bisnis untuk terus maju dalam persaingan yang semakin ketat [1]. Peranan *Ecommerce* menjadi solusi utama dalam membangun digital bussines dalam bidang *Fashion* terutama pada bagian promosi barang terkait penjualan produk. Salah satu contohnya yaitu Butik Mata *Fashion* Oebobo Kota Kupang dalam meningkatkan kualitas produk, citra merek, dan daya saing [2].

Mata *Fashion* Oebobo adalah sebuah Toko Butik yang terletak di Pasar Oebobo Kota Kupang Nusa Tenggara Timur yang menjual bermacam-macam model pakaian tenunan Jepara seperti baju kemeja, blouse, celana, *outer*, *blazer*, jas, rompi, rok, dress dengan keanekaragaman corak tenunan. Tenunan jepara sendiri berasal dari Kabupaten Jepara yang terbuat dari benang dan di tenun dengan cara melintang dengan lungsi [3]. Selain pakaian tenunan Jepara, butik Mata *Fashion* juga menjual aneka ragam kosmetik, seprei, bedcover, sepatu, tas, selimut, kemeja distro, kaos dan celana jeans untuk pria. Dengan memanfaatkan jaringan internet secara inovatif, Mata *Fashion* Oebobo dapat melakukan kegiatan usaha bisnis secara *elektronik* [4].

Setiap hari butik ini mampu menerima transaksi penjualan sebanyak minimal 30 pcs untuk reseller tetap dan 10 sd 20 pcs pakaian tenunan jepara untuk pelanggan biasa yang langsung datang ke Toko Butik Mata *Fashion* Oebobo. Toko Butik ini hanya melayani penjualan melalui media sosial seperti Facebook, Marketplace dan WhatsApp dikarenakan tidak ada situs *Ecommerce*. Mata *Fashion* Oebobo masih ingin menjual produk tenunnya hingga ke seluruh Indonesia agar mendapatkan keuntungan yang lebih besar juga dapat memperkenalkan tenunan jepara kepada masyarakat luas. Dengan adanya sistem *ecommerce* berbasis web yang dirancang, diharapkan dapat membantu Mata *Fashion* Oebobo dalam mempromosikan produknya dan menjual tenunnya hingga ke jangkauan yang lebih luas lagi. Dan juga dapat membantu para konsumen untuk memesan produk secara online tanpa harus datang langsung ke toko.

[5] *Ecommerce* adalah bagian dari bisnis online dimana terjadinya proses jual beli barang dan jasa dengan menggunakan internet sebagai alat aksesnya [6] *Ecommerce* juga dikatakan sebagai aktivitas jual beli dan pemesanan produk dengan memanfaatkan jaringan internet dan sistem elektronik. *Ecommerce* sangat bermanfaat di dunia bisnis untuk memenangkan persaingan bisnis dan juga meningkatkan omset penjualan sehingga mempermudah customer dalam melakukan transaksi dan juga mempercepat proses transaksinya [7].

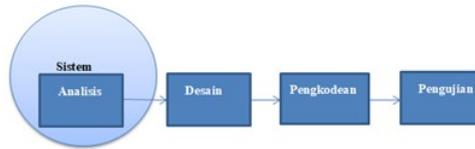
Web adalah salah satu aplikasi yang berisikan dokumen teks, gambar, suara, animasi, video di dalamnya yang menggunakan protokol HTTP (*hypertext transfer protokol*) dan untuk mengakses menggunakan perangkat lunak yang disebut browser [8].

Adapun manfaat dari pembuatan *Ecommerce* ini adalah sebagai berikut:

1. Memudahkan Mata *Fashion* Oebobo dalam mempromosikan produk
2. Pelanggan bisa membeli produk tanpa harus datang langsung ke lokasi karena proses pembelian dilakukan secara online sehingga lebih efektif dan efisien.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

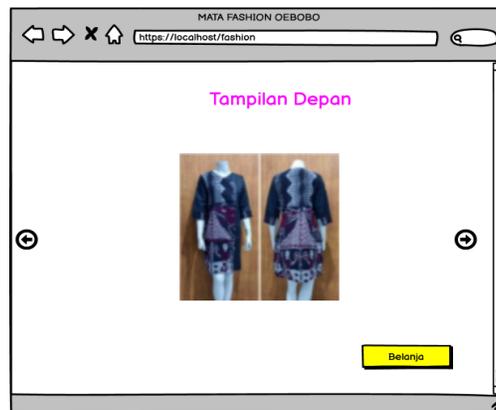
Metode yang digunakan penelitian ini menggunakan metode pengembangan perangkat lunak model *waterfall*, dimana tahapan metode ini alurnya secara berurutan [9]. Untuk model *waterfall* ini dimana setiap tahap dikerjakan secara berurutan mulai dari atas hingga ke bawah, dengan melewati fase-fase analisa, desain, pengodean dan pengujian [10].

Gambar 1. Metode *Waterfall*

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

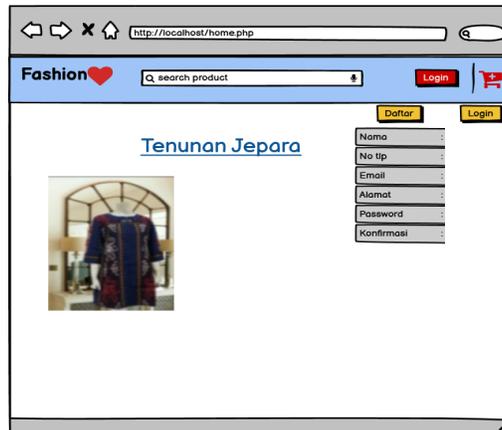
Pembuatan aplikasi penjualan ini memiliki tujuan untuk meningkatkan penjualan terutama pada media promosi, juga dapat memperluas jaringan penjualan di Mata Fashion Oebobo yang di akses secara online. Dalam perancangan aplikasi berbasis web ini menggunakan aplikasi tambahan yaitu aplikasi balsamiq untuk menggambar perancangan di dalam aplikasi penjualan butik tersebut. Berikut ini adalah gambaran perancangan aplikasi berbasis web secara keseluruhan yang telah dirancang. Dimulai dari tampilan depan aplikasi kemudian login dan tampilan beranda dan fitur-fitur yang terdapat didalamnya.

Terdapat beberapa aktivitas yang dapat dilakukan User dalam mengakses aplikasi penjualan. User dapat mengakses produk-produk yang ditawarkan didalam aplikasi tersebut.



Gambar 2. Tampilan depan aplikasi

Pada tampilan depan aplikasi, *User* dapat melihat gambar juga kategori barang yang akan dibeli yang terdiri dari beberapa slide. Kemudian *User* dapat memulai proses beli dengan mengklik button belanja seperti yang terdapat pada gambar 2 di atas.



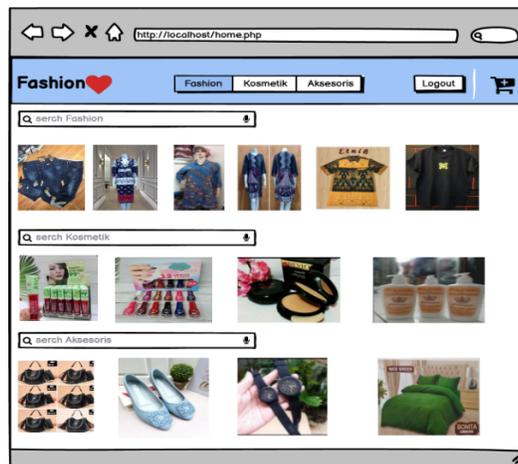
Gambar 3. Tampilan beranda

Pada tampilan beranda, *User* dapat melihat berbagai macam kategori barang yang di jual, namun sebelum melakukan pembelian *User* terlebih dahulu melakukan pendaftaran login sehingga dapat mengakses aplikasi penjualan tersebut.



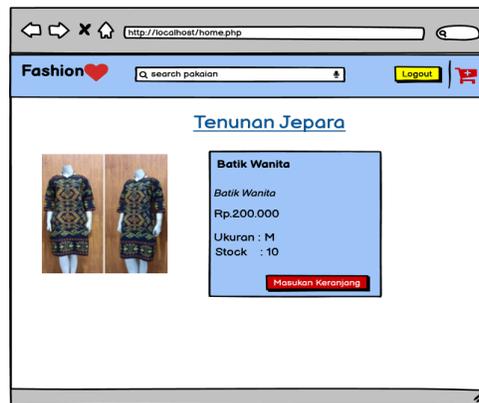
Gambar 4. Tampilan pendaftaran berhasil

Pada tampilan gambar 4, *User* telah berhasil melakukan pendaftaran, kemudian *User* dapat melakukan login untuk memulai proses belanja.



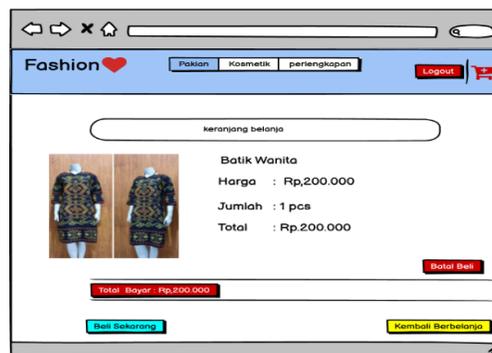
Gambar 5. Tampilan menu pada beranda

Pada tampilan menu yang ada pada beranda, *User* dapat melihat isi dari menu-menu yang terdapat pada beranda dan menampilkan gambar untuk menu *Fashion*, *Kosmetik*, *Aksesoris*.



Gambar 6. Tampilan barang yang di cari

Pada tampilan di atas merupakan tampilan barang yang akan di beli dengan kategori barang serta rincian harga, ukuran, dan stock barang akan dimasukan ke keranjang pembelian.



Gambar 7. Tampilan barang yang akan di beli

Pada tampilan diatas *User* dapat melihat rincian barang yang sudah dimasukan ke keranjang dengan harga, jumlah, dan total pembelanjaan. *User* dapat membatalkan pembelian dengan mengklik button batal beli, sedangkan untuk melanjutkan pembelian *User* dapat mengklik buttuon beli sekarang untuk melakukan transaksi pembelian.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

*Ecommerce* sebagai salah satu solusi dalam meningkatkan omset penjualan di Butik Mata *Fashion Oebobo* juga mempermudah akses penjualan dan pembelian produk serta menyediakan berbagai macam menu pilihan yang berkaitan dengan beraneka ragam penjualan di Butik Mata *Fashion Oebobo* tersebut.

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] L. Y. Siregar and M. I. P. Nasution, "Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online," *HIRARKI J. Ilm. Manaj. dan Bisnis*, vol. 02, no. 01, pp. 71–75, 2020, [Online]. Available: <http://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki%0APERKEMBANGAN>
- [2] F. D. Evyta and M. Kharnolis, "Peran E-Commerce Sebagai Digital Fashion Branding," *J. Tata Busana*, vol. 10, no. 2, pp. 20–29, 2021.
- [3] N. N. Anisah, Muh Fakhrihun Na'am, "Eksistensi Tenun Troso Jepara Di Antara Berdirinya Perusahaan-perusahaan Garmen," *TEKNOBUGA J. Teknol. Busana dan Boga*, vol. 9, no. 2, pp. 148–154, 2021, doi: 10.15294/teknobuga.v9i2.27221.
- [4] D. Prihadi and A. D. Susilawati, "Pengaruh Kemampuan E-Commerce dan Promosi di Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaraan," *Benefit J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 3, no. 1, p. 15, 2018, doi: 10.23917/benefit.v3i1.5647.
- [5] Y. L. . Rehatalanit, "Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis," *J. Teknol. Ind.*, vol. 5, no. 0, pp. 62–69, 2021, [Online]. Available: <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php8p/jti/article/view/764>
- [6] L. D. Ummah, "Rancang Bangun E-Commerce Pada Toko Kerudung Nuri Collection Berbasis Customer Relationship Management," *Nuansa Inform.*, vol. 12, no. 2, pp. 10–17, 2018, doi: 10.25134/nuansa.v12i2.1350.
- [7] P. Butik, B. Hijab, Y. Kurniawati, and M. Sholikhah, "Desain Web E-Commerce Berbasis Blogspot sebagai Media," vol. 14, no. 1, pp. 68–78, 2021.
- [8] P. S. Hasugian, "Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Informasi," *J. Inform. Pelita Nusant.*, vol. 3, no. 1, pp. 82–86, 2018.
- [9] M. Susilo, "Rancang Bangun Website Toko Online Menggunakan Metode Waterfall," *InfoTekJar (Jurnal Nas. Inform. dan Teknol. Jaringan)*, vol. 2, no. 2, pp. 98–105, 2018, doi: 10.30743/infotekjar.v2i2.171.
- [10] Irwanto, "Perancangan Sistem Informasi Sekolah Kejuruan dengan Menggunakan Metode Waterfall (Studi Kasus SMK PGRI 1 Kota Serang-Banten) Irwanto," vol. 12, no. 1, p. 6, 2021.