

---

## Penerapan Sistem Informasi Untuk survei *Marketplace* dalam Bisnis Keatif UMKM Berbasis E-commerce

Teguh Setiadi<sup>1</sup>, Laksamana Rajendra Haidar Azani Fajri<sup>2</sup>, Susanti Dwi Ilhami<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Prodi Sistem Komputer, Universitas Sains dan Teknologi Komputer

e-mail: [teguh@stekom.ac.id](mailto:teguh@stekom.ac.id)

<sup>2</sup> Prodi Sistem Informasi, Universitas Sains dan Teknologi Komputer

e-mail: [laksamanahaidar@gmail.com](mailto:laksamanahaidar@gmail.com)

<sup>3</sup> Prodi Manajemen, Universitas YPPI Rembang

e-mail: [susantidwiilhami@gmail.com](mailto:susantidwiilhami@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

---

#### Article history:

Received : 02 – Mei - 2023

Received in revised form : 10 – Mei - 2023

Accepted : 16 – Mei - 2023

Available online : 25 – Mei - 2023

#### ABSTRACT

The development of MSMEs is currently one of the productive businesses that is often carried out by most of the Indonesian business community, especially in the form of online media for the development of the millennial era. E-commerce provides benefits for SMEs, but currently only a few SMEs have adopted e-commerce. Therefore, it is necessary to know the factors that encourage SMEs to adopt e-commerce in improving operational performance. So far, research on e-commerce has only been carried out on a large business scale and there are many of them outside Indonesia. This e-commerce system uses the waterfall method. This method takes a systematic and regular approach starting from the level of system requirements to the stages of analysis, design, coding, testing or verification, and maintenance. The waterfall method must complete the previous completion stages and run sequentially. With the existence of an e-commerce system, it can provide online ordering and identification facilities and can manage regular sales reports, so that it can assist members in ordering the products that customers want whenever and wherever they are with an information system. Making selling online easier and speeding up promotional value.

**Keywords:** Information Systems, e-commerce, MSMEs, Creative Business

---

#### Abstrak

Perkembangan UMKM saat ini merupakan salah satu usaha produktif yang sering dilakukan oleh sebagian besar masyarakat bisnis Indonesia, khususnya dalam bentuk media online perkembangan era milenial. E-commerce memberikan keuntungan bagi UKM, namun saat ini hanya sedikit UKM yang telah mengadopsi e-commerce. Oleh karena itu, perlu diketahui faktor-faktor yang mendorong UKM mengadopsi e-commerce dalam meningkatkan kinerja operasional. Selama ini penelitian tentang e-commerce hanya dilakukan pada skala bisnis besar saja dan jumlahnya banyak di luar Indonesia. Sistem e-commerce ini

---

*Received 02 – Mei - 2023; Revised 10 – Mei - 2023; Accepted 16 – Mei - 2023*

menggunakan metode waterfall. Metode ini melakukan pendekatan secara sistematis dan teratur mulai dari tingkat kebutuhan sistem hingga tahap analisis, desain, pengkodean, pengujian atau verifikasi, dan pemeliharaan. Metode waterfall harus menyelesaikan tahap penyelesaian sebelumnya dan berjalan secara berurutan. Dengan adanya sistem e-commerce dapat menyediakan sarana pemesanan dan pengenalan secara online serta dapat mengelola laporan penjualan secara berkala, sehingga dapat membantu para member dalam memesan produk yang diinginkan pelanggan kapanpun dan dimanapun mereka berada dengan sistem informasi. Membuat jualan online lebih mudah dan mempercepat nilai promosi.

**Kata kunci:** Sistem Informasi, E-commerce, UMKM, Bisnis Kreatif

## 1. Pendahuluan

Perkembangan zaman yang semakin maju, didukung dengan adanya perkembangan teknologi yang digunakan oleh manusia, untuk membantu dalam kehidupan manusia sehari-hari. Baik dalam pemenuhan kebutuhan Primer maupun tersier, saat ini rata-rata manusia tidak terlepas dari penggunaan Teknologi. Salah satunya adalah penggunaan smartphone, dapat dilihat perkembangan jumlah pengguna aktif# dalam satu bulan pada tahun naik sekitar. Salah satu bentuk penggunaan yang sedang marak adalah penggunaan media online untuk melakukan jual beli. Istilah yang dipakai untuk sistem ini biasanya disebut Online Shop atau Online Retail beberapa media yang dibuat oleh suatu perusahaan atau usaha yang menjual barang di media tersebut, seperti website milik amazon, lazada, dan beberapa website lainnya. Namun yang unik ada juga website yang dibuat sebagai sarana jual beli pengguna internet secara umum. Pengguna Internet bisa menitipkan barang yang akan dijual atau membeli barang yang dijual melalui website tersebut [1].

Perkembangan dari UMKM sekarang ini merupakan salah satu usaha produktif yang sering dilakukan oleh sebagian besar kalangan usaha masyarakat Indonesia khususnya dalam bentuk media online secara perkembangan era milenial. Salah satu usaha produktif yang paling banyak berkembang adalah usaha penjualan online dalam bentuk produk-produk yang lebih kreatif, dan dari usaha ini mulai muncul berbagai jenis barang atau jasa. Sistem penjualan yang dilakukan oleh UMKM sebelumnya banyak kendala dalam penjualannya masih kurang optimal karena pelanggan diharuskan mendatangi toko dalam melakukan transaksi pembelian secara langsung. E-commerce memberikan manfaat bagi UKM, tetapi saat ini hanya sedikit UKM yang telah mengadopsi e-commerce. Oleh karena itu, perlu diketahui faktor-faktor yang mendorong UKM untuk mengadopsi e-commerce dalam meningkatkan kinerja usahanya. Selama ini, penelitian mengenai e-commerce hanya dilakukan pada bisnis yang berskala besar saja dan banyaknya di luar Indonesia. Sistem e-commerce ini menggunakan metode waterfall. Metode ini melakukan pendekatan secara sistematis dan terurut mulai dari level kebutuhan sistem menuju ke tahap analisis, desain, coding, testing atau verification, dan maintenance. Metode waterfall harus menunggu selesainya tahap sebelumnya dan berjalan berurutan. Dengan adanya sistem e-commerce dapat memberikan sarana pemesanan dan pengenalan secara online dan dapat mengelola laporan, penjualan secara periodik, sehingga dapat membantu para member dalam melakukan pemesanan produk yang diinginkan kapan pun dan di mana pun pelanggan berada. menjadikan jual secara online lebih mudah dan mempercepat nilai promosi [2-3].

Masyarakat informasi diasosiasikan dengan penggunaan internet. Sejak kemunculan internet hingga saat ini para pengguna internet selalu bertambah dari waktu ke waktu. Meledaknya jumlah pengguna internet telah merambah dalam berbagai sektor, salah satunya sektor ekonomi dan bisnis. Penggunaan internet sebagai sarana bisnis sangat berkembang cepat di era informasi. Hal ini terlihat dengan maraknya kemunculan berbagai bisnis online yang menawarkan aneka produk dan jasa yang tak terbatas baik untuk memenuhi segala kebutuhan seseorang. Peluang memasarkan produk dan jasa melalui media online untuk kedepannya akan semakin diminati masyarakat. Hasil survei Payment Solution terhadap negara-negara di seluruh dunia menunjukkan bahwa Indonesia adalah negara dengan transaksi online paling tinggi se-Asia Pasifik, ungkap Iim Fahima Jachja, CEO Virtual Consulting. Disamping itu pada tahun 2010, nilai pembelanjaan online masyarakat Indonesia saat ini hanya sekitar 0,1 persen dari Produk Domestik Bruto (PDB) atau sekitar Rp 2 triliun (230 juta dollar AS). Sehingga masih banyak peluang bisnis yang dapat diambil keuntungannya dari bisnis online [4-5].

Dalam dunia bisnis, website dalam bentuk ecommerce sudah merupakan kebutuhan dari suatu bisnis yang telah maju saat ini untuk pengembangan usahanya karena terdapat berbagai manfaat yang dimiliki oleh e-commerce. Diantaranya adalah para konsumen tidak perlu datang langsung ke toko untuk memilih barang yang ingin dibeli dan bagi perusahaan dapat melaksanakan kegiatan transaksi selama 24

jam. Kedua, dari segi keuangan konsumen dapat menghemat biaya yang dikeluarkan dan bagi pengusaha dapat menghemat biaya promosi, apabila lokasi toko jauh, konsumen dapat menghemat ongkos perjalanan dengan diganti biaya pengiriman yang jauh lebih murah dan bagi pengusaha dapat memasarkan tokonya ke wilayah yang lebih luas [6].

Tetapi ada pula pendapat lain, menurut Aussie, salah satu Blog Mania yang gemar mengamati Bisnis Online, di menuturkan bahwa dampak positif dan negatif bisnis online ialah :

#### Dampak Positif

- a) Tidak membutuhkan modal usaha yang besar.
- b) Menjangkau pasar yang sangat luas bila dibandingkan toko offline.
- c) Biaya operasional yang dikeluarkan cenderung lebih murah dibandingkan toko offline.
- d) Banyak memberikan keuntungan baik materi maupun non materi.
- e) Waktu kerja bisnis online bisa dilakukan secara fleksibel.
- f) Mudahnya pelayanan yang bisa diberikan kepada konsumen.

#### Dampak Negatif

- a) Stress, banyaknya peluang bisnis online saat ini kita harus pandai-pandai memilih.
- b) Lupa waktu, jika anda terlalu asyik dalam bisnis online anda.
- c) Dehidrasi, jika lupa minum.
- d) Mata menjadi lelah, jika anda seharian penuh online.
- e) Anda bisa lelah dan sakit, jika tidak bisa mengatur jadwal melakukan bisnis online

Dalam menjalankan bisnis online setiap member wosca telah memiliki online shop. Dan mereka menggunakan media online seperti facebook, blog dan website untuk menjalankan bisnis dalam menampilkan katalog produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Memasarkan bisnis melalui media online dirasa cukup efektif dan lebih menguntungkan jika dibandingkan dengan memasarkan produk atau jasa secara konvensional (tatap muka). Bisnis online memiliki pilihan metode pemasaran yang beragam. Wirausahawan yang internet savvy kini semakin lihai dalam menggunakan berbagai jaringan sosial dan forum untuk mempromosikan bisnisnya secara gratis untuk meraih pembeli (dan bahkan komunitas yang relevan). Dari sisi finansial bisnis online teramat sangat menjanjikan. Chitra pemilik salah satu toko di Multiply yang bisa diakses melalui Google, youtube, FB, IG menyebutkan bahwa "Hasil penjualan online juga lumayan untuk menabung, tiap bulan, saya bisa dapat sekitar Rp 25 juta.". Mengingat beragam keuntungan yang ditawarkan dalam bisnis online, peneliti ingin meneliti tentang bagaimana para mengelola database bisnisnya dengan menggunakan diagram Lancaster. Mulai dari pengumpulan informasi produk dan jasa yang dijual, menyeleksi produk dan jasa, membuat deskripsi produk berupa foto dan informasi yang detail serta menampilkannya dalam bentuk katalog online yang dimudah diakses oleh calon konsumen. Dan orientasi dari menggunakan diagram Lancaster dalam bisnis online ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pendapatan yang diperoleh antara yang menjalankan bisnis online yang telah menggunakan pola digaram Lancaster dalam berbisnis online dengan yang tidak. Fakta dilapangan peneliti sering menemukan online shop yang dikelola sering kali membuat deskripsi produk dan jasa yang dijual secara asal-asalan, tidak mencantumkan harga produk, yang mana jika ada konsumen yang ingin membeli produk tersebut harus menghubungi penjual secara pribadi baik melalui sms, email, atau inbox di facebook.[7]

Salah satunya adalah penggunaan *smartphone*, berdasarkan pada data dari *website www.techinasia.com*, pertumbuhan *smartphone* di Indonesia diprediksi akan mencapai 52.200.000 unit aktif/bulan dan pada tahun 2018 akan mencapai 103.000.000 unit aktif/bulan, seperti pada grafik di bawah ini [8]:



Gambar 1. Gambar pertumbuhan smartphone aktif setiap bulan di Indonesia

Dapat dilihat perkembangan jumlah pengguna aktif dalam satu bulan pada tahun 2015 naik sekitar 52.49 %. Salah satu bentuk penggunaan yang sedang marak adalah penggunaan media online untuk melakukan jual beli. Istilah yang dipakai untuk sistem ini biasanya disebut Online Shop atau Online Retail. Ada beberapa media yang dibuat oleh suatu perusahaan atau usaha yang menjual barang di media tersebut, seperti website milik amazon, lazada, dan beberapa website lainnya. Namun yang unik ada juga website yang dibuat sebagai sarana jual beli pengguna internet secara umum. Jadi pengguna Internet bias menitipkan barang yang akan dijual atau membeli barang yang dijual melalui website tersebut, misalnya seperti OLX, Bukalapak, Berniaga, dan lain sebagainya. Menurut website emarketer pasar e-commerce B2C (business-to-consumer) Indonesia memiliki catatan pertumbuhan terbesar di Asia Pasifik hingga 2017.

**a. Bukalapak (Peringkat versi Alexa ke 25 di Indonesia)**

Didirikan pada awal 2010 sebagai salah satu produk portofolio agensi digital bernama Suitmedia, Bukalapak bertumbuh sebagai salah satu produk online terbesar karya anak bangsa di Indonesia. Achmad Zaky selaku CEO mengatakan bahwa saat ini terdapat sekitar 150.000 penjual<sup>1</sup> dan 1,5 juta produk aktif di Bukalapak.

Pada Januari 2014, Achmad mengatakan bahwa Bukalapak memproses transaksi senilai Rp 500 juta setiap harinya. Di website ini, para pengguna dapat melakukan aktivitas jual beli dengan harga pas maupun harga yang siap untuk dinegosiasikan. Bukalapak memiliki fitur dompet virtual bernama Bukadompet sebagai salah satu metode pembayaran.

**b. Tokopedia (Peringkat versi Alexa ke 39 di Indonesia)**

Terdiri pada awal 2009, Tokopedia dinilai sebagai pemimpin pasar dalam ranah *marketplace online* di Indonesia. Paling tidak, Tokopedia memiliki jumlah modal yang sangat besar berkat USD 100 juta (Rp 1,2 triliun) yang disuntikkan beberapa bulan lalu oleh Softbank Internet and Media Inc. dan Sequoia Capital

**c. Elevation (Peringkat versi Alexa ke 72 di Indonesia)**

Elevation merupakan salah satu pemain termuda di daftar ini, namun mereka sangat agresif dan telah mencatat pertumbuhan sangat besar di tahun pertama operasinya. Diluncurkan pada bulan Maret 2014, perusahaan hasil *joint venture* antara XL Axiata dan SK Planet asal Korea Selatan ini memiliki 2 juta produk aktif dan melayani 8.000 order setiap harinya.

**d. Qoo10 Indonesia (Peringkat versi Alexa ke 153 di Indonesia)**

Berasal dari Singapura, Qoo10 merupakan perusahaan *joint venture* antara eBay dengan GMarket asal Korea Selatan. Qoo10 Indonesia sendiri mulai beroperasi sejak tahun 2012, dan mengklaim memproses transaksi senilai lebih dari USD 2,5 juta (Rp 32 miliar) setiap bulannya.

**e. Rakuten Belanja Online (Peringkat versi Alexa ke 163 Indonesia)**

Diluncurkan pada tahun 2011, Rakuten Belanja Online (RBO) awalnya merupakan perusahaan hasil *joint venture* antara konglomerat media MNC dan raksasa e-commerce Jepang Rakuten. Namun, pada tahun 2013 kerjasama itu secara resmi berakhir, dan sekarang RBO beroperasi sendiri di Indonesia.

**f. Lamido Indonesia (Peringkat versi Alexa ke-233 di Indonesia)**

Diluncurkan pada akhir tahun 2013, Lamido merupakan *marketplace* buatan Rocket Internet, kepala perusahaan yang juga berada di balik toko online Lazada dan Zalora Indonesia. Lamido sendiri beroperasi dengan ketat dengan Lazada Indonesia, dimana penjual yang masih tergolong lebih kecil dapat berjualan di Lamido, sedangkan mereka yang sudah lebih besar dapat berjualan di Lazada. Namun, Anda akan tetap melihat sejumlah barang dan penjual yang sama di kedua belah website

**g. Blanja (Peringkat versi Alexa ke 322 di Indonesia)**

Sebagai perusahaan *joint venture* antara Telkom Indonesia dengan eBay, kehadiran Blanja memiliki potensi besar untuk membuat saingannya was-was. Walau sudah beroperasi sejak 2013, Blanja baru secara resmi diluncurkan pada Desember 2014. Dari “hanya” 600 penjual, Blanja klaim telah memiliki lebih dari 1 juta produk di dalam website. Blanja mengambil komisi dari setiap penjualan yang terjadi di dalam platform

**h. Cipika Store (Peringkat versi Alexa ke 1415 di Indonesia)**

Tidak ingin ketinggalan, Indosat juga memiliki *marketplace* bernama Cipika Store yang diluncurkan pada Agustus 2014. Namun, berbeda dengan pemain lainnya di daftar ini, Cipika Store memiliki spesialisasi menjual berbagai produk dalam negeri seperti makanan dan baju khas daerah. Pada bulan Agustus, Cipika mencatat 25.000 pengunjung harian

Online Shop terhitung mudah di jalankan, dan murah, karena tidak membutuhkan modal yang besar, foto produk serta akses internet untuk menjalankannya, bisnis online shop ini sudah dapat berjalan Tujuan dari pembuatan usaha online shop ini ialah lebih kepada meningkatkan kesejahteraan atau perekonomian perorangan yang bersifat pribadi. Penyusun ingin mencoba mengaplikasikan apa yg telah kami pelajari selama ini dengan menggabungkan kemampuan penyusun dan melihat peluang yang ada untuk membuka usaha yang dapat membantu dan meningkatkan perekonomian atau kesejahteraan pribadi kami masing – masing terlebih dahulu. dimana internet sedang maju dengan pesat pesatnya, bahkan sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian penduduk di dunia[1-2].

## 2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dimana penelitian deskriptif sesuai dengan tujuan penelitian. Selain menggunakan penelitian deskriptif penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif. Fokus Penelitian Fokus penelitian dilakukan agar dapat memperoleh gambaran umum secara menyeluruh tentang subjek dan situasi yang diteliti serta bertujuan untuk menyaring informasi yang masuk. Sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan yang ingin dicapai, maka yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut [3] :

- a) Gambaran Sistem penjualan yang ada pada Toko
- b) Implementasi website e-commerce pada

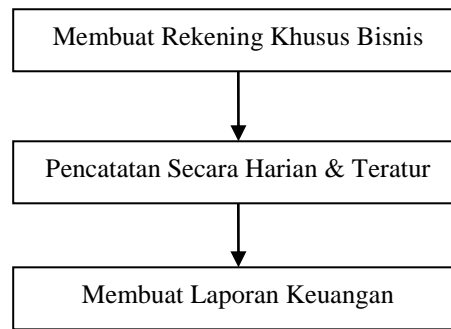
Toko yang berfungsi sebagai media Promosi dan Penjualan secara Elektronik, Sumber Data, Sumber data dapat diperoleh melalui dua cara yaitu:

- a) Sumber Data Primer
- b) Sumber Data Sekunder

Teknik Pengumpulan data, Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- a) Observasi
- b) Wawancara
- c) Dokumentasi
- d) Instrumen Penelitian
- e) Peneliti Sendiri

Untuk mempersiapkan teknik untuk jualan online dapat ditunjukkan gambar sebagai berikut [3].



Gambar 2 narasi sistem jualan online

## a) Membuat Rekening Khusus Bisnis

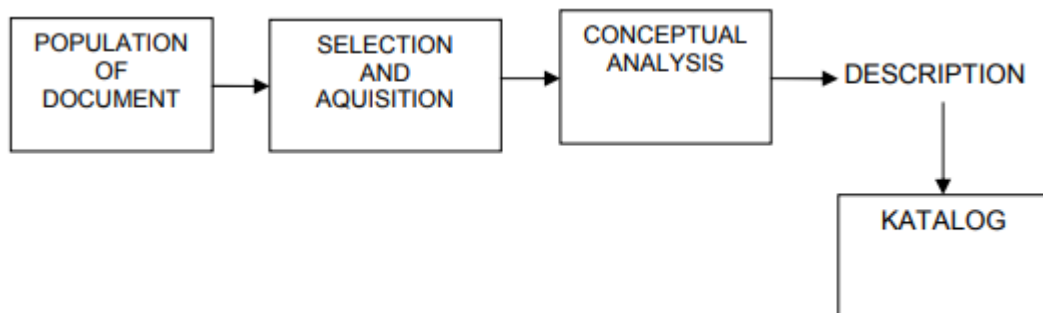
Umumnya transaksi pada bisnis online dilakukan melalui transfer bank. Oleh karena itu, sangat penting bagi Anda untuk membuat rekening bank. Rekening khusus bisnis sebagaimana dipisahkan dengan rekening pribadi. Ini merupakan salah satu prinsip dari akuntansi yakni kesatuan entitas, di mana harta pemilik dan harta bisnis harus dipisahkan. Selain itu, dengan adanya pemisahan rekening maka Anda dapat dengan mudah memonitor cash flow. Dalam hal pembuatan rekening, pilihlah bank yang banyak digunakan oleh konsumen dan supplier sehingga akan memudahkan transaksi Anda.

## b) Pencatatan Secara Harian &amp; Teratur

Langkah kedua yang harus Anda lakukan yaitu mencatat transaksi secara harian dan teratur. Untuk memudahkan Anda dalam mencatat maka dapat membuat akun per kelompok website atau media jualan. Misalnya kas untuk transaksi dari e-commerce A berbeda dengan e-commerce B atau instagram. Untuk memudahkan Anda dapat memberi nama sesuai nama e-commerce nay. Hal ini bertujuan untuk memudahkan Anda memantau posisi keuangan. Mem-posting setiap transaksi yang sudah dicatat dalam buku besar. Adapun buku besar berisi informasi jenis transaksi, uang masuk, uang keluar, saldo.

## c) Membuat Laporan Keuangan

Langkah terakhir yang dapat Anda lakukan yaitu membuat laporan keuangan. Jika bisnis Anda masih kecil dan transaksi yang ada tidak melebihi 4,8 miliar dalam setahun, maka Anda dapat membuat laporan laba rugi saja. Buatlah laporan laba rugi setiap bulan, sehingga Anda dapat mengetahui keuntungan dari bisnis Anda. Selanjutnya dari keuntungan yang terkumpul tersebut dapat Anda gunakan untuk mengembangkan bisnis Anda. Bagi Anda yang masih bingung dengan pencatatan dan pembukuan, Anda dapat membuatnya dengan bantuan software akuntansi. Jurnal merupakan software akuntansi online yang dapat membantu Anda. Jurnal berbasis cloud computing sehingga data yang ada akan tersimpan dengan baik. Jurnal memiliki banyak fitur seperti fitur pembelian di mana didalamnya terdapat fitur purchase order dan invoice dengan rinci dan lengkap, perhitungan pajak otomatis, cash link, membuat laporan keuangan, dan lainnya.



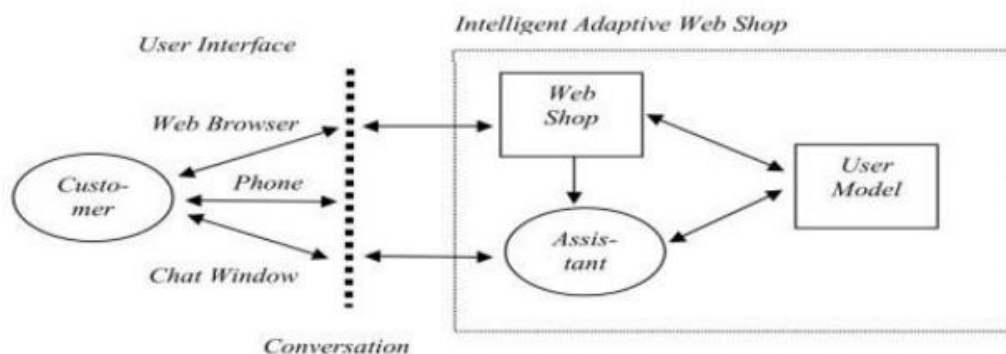
Gambar 3 yang dimofikasi untuk memenuhi kebutuhan

Adapun keterangan dari gambar 2 yang digunakan dalam penelitian ini mengenai penggunaan media online untuk bisnis oleh perempuan dalam pengelolaan informasi bisnis online adalah sebagai berikut [3]:

1. Population of Document: tahap ini menjelaskan sumber asal produk atau jasa yang mereka jual secara online. Sumber produk bisa berasal dari pasar grosir, langsung dari produsen, atau membuat sendiri produk yang dijual. Sedangkan jika responden yang menjual jasa maka sumber tersebut diperoleh dengan menggunakan keahliannya sendiri atau membayar keahlian orang lain.
2. Selection and Acquisition: tahap ini menjelaskan mengenai penyeleksian produk atau jasa yang akan dijual secara online dengan cara menjual produk yang unik atau tidak pasaran, produk yang berhubungan dengan dunia perempuan seperti fashion dan accesories, memiliki kualitas terbaik, yang telah memiliki brand ternama, dan kriteria lainnya yang sekiranya banyak diminati oleh masyarakat. Berbeda dengan produk jasa yang mana keinginan calon konsumen harus dipenuhi oleh para penjual jasa, seperti jasa desain karena semua itu harus tergantung selera individu calon konsumen.
3. Conceptual Analysis: pada tahap ini meliputi proses description. setelah menemukan produk yang sekiranya cocok untuk dijual, responden perlu membuat sebuah deskripsi dari masing-masing produk yang dijual. Seperti menampilkan gambar foto produk yang detail, menampilkan harga produk dan tidak menyembunyikannya, mengelompokkan produk berdasarkan subyek, harga, warna dan sebagainya, serta mendeskripsikan informasi tiap produk denangan detail. Jika responden menjual jasa, mendeskripsikan informasi bisa melalui keterangan jasa-jasa apa saja yang ditawarkan, paket-paket apa yang tersedia, portofolio hasil jasa yang dilakukan agar calon konsumen bisa semakin yakin akan kualitas jasa yang akan mereka beli, harga minimal yang ditawarkan karena dalam dunia jasa pasti akan ada biaya tambahan jika konsumen meminta penambahan desain atau informasi tergantung kesulitan permintaan konsumen.
4. Katalog Online: ini merupakan tahap terpenting dalam berbisnis melalui media online, karena dari sini lah para calon konsumen mengakses serta melihat produk atau jasa yang dijual. Tampilan suatu katalog online harus jelas mengenai informasi bisnis yang dijalankan mulai dari informasi cara order, cara pembayaran, cara pengiriman, contact person. Disamping itu perlu disediakan fasilitas searching produk jika produk yang dijual beragam dan banyak. Hal tersebut perlu dilakukan agar calon konsumen semakin mudah untuk mengakses dan menemukan produk yang ingin mereka beli.

Proses dari jualan online tidak luput dari komponen E-commerce, Menurut Hidayat (2008:7) ada beberapa kelebihan yang dimiliki e-commerce dan tidak dimiliki oleh transaksi bisnis yang dilakukan secara offline,[9] beberapa hal tersebut adalah sebagai berikut ini

- a) Produk: Banyak jenis produk yang bisa dipasarkan dan dijual melalui internet seperti pakaian, mobil, sepeda dll.
- b) Tempat menjual produk: tempat menjual adalah internet yang berarti harus memiliki domain dan hosting.
- c) Cara menerima pesanan: Email, telpon, sms dan lain-lain.
- d) Cara pembayaran: Credit card, Paypal, Tunai
- e) Metode pengiriman: Menggunakan Pos Indonesia, EMS, atau JNE
- f) Customer service: email, Contact us, Telepon, Chat jika tersedia dalam software



Gambar 4 Struktur system E-Commece berbasis web

Cara Sukses Usaha Bisnis Online – Semenjak diperkenalkan pertama kalinya di tahun 1994, hingga kini perkembangan bisnis online semakin pesat. Bisnis online yang semula hanya dipakai untuk tujuan promosi dan periklanan melalui halaman website, kini telah berubah menjadi bisnis yang

multifungsi, baik sebagai sarana promosi, pembelian barang, penjualan barang, dan juga penjualan jasa-jasa lainnya yang dilakukan melalui sistem online [4].

Seiring dengan perkembangan bisnis online, maka tidak pula menjadi mustahil banyak orang yang menggantungkan hidup dari sektor ini. Bukan hanya sebagai bisnis sampingan, tetapi banyak orang yang memanfaatkan bisnis online sebagai bisnis utama. Sebagai hasilnya, bisnis online sejauh ini telah mencetak ribuan pebisnis yang sukses dan berhasil.

Bagaimana sebenarnya cara sukses melakoni usaha bisnis online, baik cara sukses bisnis online shop, cara bisnis online di Facebook, atau bahkan banyak juga yang bertanya tentang bagaimana melakoni bisnis online gratis tanpa modal.

Dari berbagai pertanyaan tersebut, maka melalui artikel kali ini akan dikupas tuntas tentang cara memulai bisnis online, baik itu melalui sarana blog, Facebook, Twitter, dan bahkan cara bisnis online baju juga akan bisa Anda temukan melalui tulisan ini [6].

Cara Sukses Usaha Bisnis Online, berikut ini akan dijelaskan secara lengkap tentang bagaimana cara sukses usaha bisnis online. Adapun dalam tulisan ini akan dipaparkan 9 cara sukses bisnis online yang tentunya akan sangat bermanfaat Anda baca:

#### 1. Tentukan Tujuan

Dalam menentukan tujuan ini, Anda harus terlebih dahulu memikirkan sebuah tujuan, tentang sektor bisnis online apa yang akan hendak dilakoni. Sebagai contoh bisnis online jualan baju lewat Facebook, bisnis online membuat Blog, bisnis online melalui Twitter dan lain sebagainya. Dengan memantapkan tujuan bisnis online, tentunya akan mempengaruhi keberhasilan usaha online yang akan dilaksanakan nantinya.

#### 2. Riset Pasar

Memulai bisnis online sesuai minat merupakan hal yang baik. Dan akan lebih baik jika sebelumnya diikuti dengan riset. Melakukan riset pasar adalah cara untuk mengendus seberapa baik potensi pasar.

#### 3. Jangan Ditunda

Jika sudah punya tujuan Bisnis Online maka segera lakukan, laksanakan. Jangan ditunda-tunda. Sebab sering kejadian sesuatu yang ditunda akhirnya tidak jadi dilaksanakan. Apalagi kalau sudah punya ide, langsung laksanakan jangan ditunda.

#### 4. Lakukan Bertahap

Menjalankan bisnis online bukan kerja semalam. Namun merupakan kerja yang membutuhkan konsistensi dan dilakukan secara terus menerus. Pebisnis online selalu punya langkah lanjutan untuk membuat bisnis onlinenya lebih sukses.

#### 5. Perluas Jaringan

Teman, kawan dan jaringan merupakan kepanjangan tangan dari pengaturan rejeki yang sudah diatur oleh Tuhan. Makin banyak jaringan anda, makin banyak pintu rejeki akan mengalir pada anda.

#### 6. Marketing

Marketing atau pemasaran adalah penggerak dari segala jenis bisnis di dunia ini, termasuk di bisnis online. Di dunia Bisnis manapun Marketing adalah pendukung utama penjualan, jangan bosan untuk melakukan Marketing. Perusahaan yang sudah besar sekalipun tidak bosan-bosan melakukan Marketing.

#### 7. Berani Ambil Resiko

Yang namanya Resiko disetiap kegiatan apapun selalu ada, baik resiko terbaik maupun resiko terburuk. Tinggal bagaimana kita memandang resiko terutama resiko yang buruk. Kata para ahli orang yang sukses adalah orang yang berani ambil resiko.

#### 8. Harus Fokus

Jangan mudah berpindah arah. Tetap fokus dengan bisnis online anda. Ada banyak “godaan” di bisnis online, dan di sini FOKUS anda diuji.

#### 9. Jangan Bosan

Mungkin ada saatnya anda mengalami kebosanan saat harus menjalankan ini itu agar bisnis online anda tetap berjalan. Bosan merupakan sifat yang sangat manusiawi. Namun untuk berhasil anda harus bisa mengalahkan sifat mudah bosan. Yang namanya hidup ini adakalanya kita merasa bosan, makan saja kadang bosan. Tapi rasa bosan jangan dibiarkan, cari variasi lain biar nggak bosan

### 3. Hasil dan Analisa



Hasil dan analisa penelitian adalah sekumpulan peraturan, kegiatan, dan prosedur yang digunakan oleh pelaku suatu disiplin ilmu. Metodologi juga merupakan analisis teoritis mengenai suatu cara atau metode. Penelitian merupakan suatu penyelidikan yang sistematis untuk meningkatkan sejumlah pengetahuan, juga merupakan suatu usaha yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki masalah tertentu yang memerlukan jawaban. Hakekat penelitian dapat dipahami dengan mempelajari berbagai aspek yang mendorong penelitian untuk melakukan penelitian. Setiap orang mempunyai motivasi yang berbeda, di antaranya dipengaruhi oleh tujuan dan profesi masing-masing. Motivasi dan tujuan penelitian secara umum pada dasarnya adalah sama, yaitu bahwa penelitian merupakan refleksi dari keinginan manusia yang selalu berusaha untuk mengetahui sesuatu. Keinginan untuk memperoleh dan mengembangkan pengetahuan merupakan kebutuhan dasar manusia yang umumnya menjadi motivasi untuk melakukan penelitian[10].

Adapun tujuan Penelitian adalah penemuan, pembuktian dan pengembangan ilmu pengetahuan.

1. **Penemuan.** Data yang diperoleh dari penelitian merupakan data-data yang baru yang belum pernah diketahui.
2. **Pembuktian.** Data yang diperoleh dari penelitian digunakan untuk membuktikan adanya keraguan terhadap informasi atau pengetahuan tertentu.
3. **Pengembangan.** Data yang diperoleh dari penelitian digunakan untuk memperdalam dan memperluas pengetahuan yang telah ada.

Kegunaan penelitian dapat dipergunakan untuk memahami masalah, memecahkan masalah, dan mengantisipasi masalah.

1. **Memahami masalah.** Data yang diperoleh dari penelitian digunakan untuk memperjelas suatu masalah atau informasi yang tidak diketahui dan selanjutnya diketahui.
2. **Memecahkan masalah.** Data yang diperoleh dari penelitian digunakan untuk meminimalkan atau menghilangkan masalah.
3. **Mengantisipasi masalah.** Data yang diperoleh dari penelitian digunakan untuk mengupayakan agar masalah tersebut tidak terjadi.

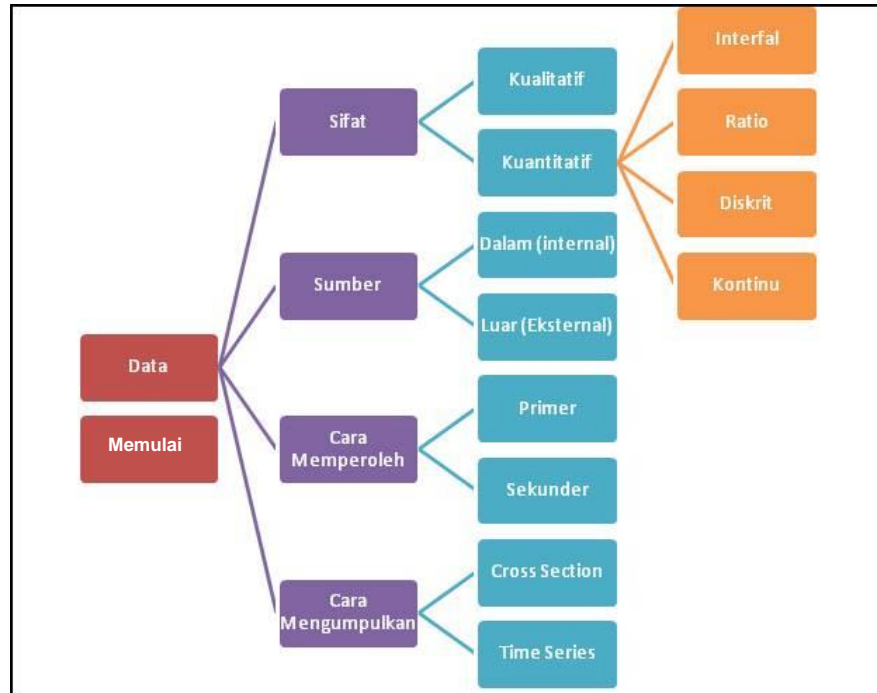
#### A. Diagram alir proses penelitian

Dalam melakukan proses dari penelitian dapat dilihat dari diagram alir proses dari penelitian sebagai berikut



Gambar 5 diagram alir proses penelitian

## B. Jenis Data dalam Penelitian



Gambar 6 jenis data untuk penelitian

### 3.1 Langkah Analisa Penelitian

- 1) Perspektif (pendekatan)  
Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian kali ini adalah dengan menggunakan metode wawancara. Mencari narasumber yang sesuai dengan masalah yang akan kami teliti.
- 2) Riset kualitatif  
Penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis . Proses dan makna (perspektif subyek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif jauh lebih subyektif daripada penelitian atau survei kuantitatif dan menggunakan metode sangat berbeda dari mengumpulkan informasi, terutama individu, dalam menggunakan wawancara secara mendalam dan grup fokus. Sifat dari jenis penelitian ini adalah penelitian dan penjelajahan terbuka berakhir dilakukan dalam jumlah relatif kelompok kecil yang diwawancarai secara mendalam. Penggalihan data yang menjadi tujuan kami adalah kualitasnya, jadi kita menggunakan riset kualitatif.
- 3) Metode yang digunakan  
Metode yang kita gunakan adalah wawancara mendalam, dimana kami mencari para narasumber untuk kita tanyai seputar bisnis online yang menjadi tema penelitian kami.
- 4) Jenis wawancara  
Jenis wawancara yang kami gunakan adalah wawancara jenis deskriptif. Yaitu membuat deskripsi secara sistematis, factual dan akurat tentang fakta-faktadan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Periset sudah mempunyai konsep dan kerangka konseptual. Periset mengoperasionalkan konsep yang akan menghasilkan variable beserta indikatornya. Riset ini menggunakan realita yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variable.

### 3.2 Studi kasus Toko online

Pembahasan Hasil Penelitian

#### 1. Nama Usaha

Usaha yang telah dikembangkan diberi nama “Sejahtera Shop” .

## 2.Modal

Sejahtera Shop tidak menggunakan modal sama sekali, karena semua yang akan kami gunakan dalam menjalankan usaha online ini adalah hal – hal atau barang – barang yang sudah kami gunakan untuk keperluan lain sebelumnya. Misalnya Blackberry Smartphone, Laptop atau Komputer, Modem atau koneksi jaringan internet, pulsa, account tabungan pada salah satu bank, dll.

## 3.Rencana Lokasi Usaha

Dengan pembuatan group pada suatu fasilitas social media yang telah disediakan oleh satu nama merk handpone yang memproduksi smartphone. Dalam kasus ini ialah Blackberry Smartphone.

Pembuatan account pada social media lainnya seperti facebook, twitter, atau kita juga dapat membuat website khusus atau pribadi ketika jumlah pelanggan menjadi semakin banyak atau melebihi batas maximum group pada Blackberry Smartphone.

## 4.Target Pelanggan

Target pelanggan usaha online shop ini adalah semua orang yang terdapat dalam kontak blackberry messenger kita. Dan juga mereka pengguna internet yang tergabung dalam situs jejaring social lainnya.

## 5.Jenis Produk

Jenis produk yang telah dijalani adalah :

1. Penjualan pakaian
2. Penjualan Pants
3. Penjualan Bags
- 4.Penjualan Jam
- 5.Penjualan Garskin
6. Penjualan Sunglasses
7. Penjualan Accessories
8. Dan lain sebagainya, sesuai dengan kebutuhan pasar dan kegiatan konsumen.

## 6.Mulai Usaha

Dalam menjalankan usaha online shop ini kami tidak memerlukan waktu khusus dalam mengerjakannya. Kami dapat melakukannya dimana pun dan kapan pun tanpa mengganggu perkuliahan ataupun aktivitas kami yang lain.

## 7.Perangkat Keras Dan Lunak

Perangkat keras yang akan digunakan dalam usaha ini adalah :

1. Blackberry Smartphone.
2. Laptop atau komputer ( jika diperlukan ).
3. Koneksi internet.
4. M-banking tau E-banking .

## 8.Laba

Laba dari tiap produk yang ditawarkan berbeda – beda, untuk bulan pertama kemungkinannya ialah Rp. 15.000,00 – Rp. 1.000.000,00 tergantung dari berapa banyaknya barang yang terjual selama satu bulan tersebut.

## 9.Pembagian Hasil

Kebanyakan dalam pembuatan usaha online shop jenis ini ialah perorangan, maka tidak ada pembagian hasil dengan pihak manapun dalam usaha online shop ini. Karna laba atau keuntungan yang didapat dari tiap barangnya hanya sedikit, umumnya maksimal pembuatan usaha online ini hanya 2 orang saja. Dengan begitu pembagian hasilnya dapat dilakukan pada akhir tahun atau sesuai dengan kesepakatan waktu pembagian hasil yang dilakukan diawal, prosentasenya yaitu sebesar 50% : 50%.

#### 10. Surat Perjanjian

Dalam awal menjalankan usaha online shop ini biasanya perjanjian yang dibuat hanya berdasarkan lisan atau ucapan saja, tidak ada surat perjanjian dalam usaha online shop ini. Hal itu terjadi selama tidak ada anggota yang memberikan modal dalam bentuk apapun yang mengharuskan dibuatnya surat perjanjian untuk mendapatkan jaminan hukum.

#### 11. Strategi Pemasaran

Strategi yang akan kami jalankan pada usaha online shop ini antara lain :

- a) Menampilkan barang-barang yang bisa mengundang atau memancing orang untuk melihat-lihat barang yang kita tawarkan.
- b) Memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada calon pembeli.
- c) Memberikan diskon atau potongan harga jika membeli dalam jumlah banyak.
- d) Memberikan diskon khusus kepada pembeli atau pelanggan setia.
- e) Menyediakan fasilitas pembayaran yang lengkap.
- f) Menyediakan fasilitas pengantaran barang yang dibeli secara gratis.

#### 12. Konsep Pemasaran

Sejahtera Shop ini menerapkan Konsep Pemasaran “Berwawasan Menjual” dengan menggunakan sistem payment yang artinya “ada uang ada barang” Kami beranggapan bahwa, kami akan susah mendapatkan pelanggan dan pelanggan kami tidak akan membeli produk kami dalam jumlah cukup banyak sehingga kami harus melakukan strategi penjualan yang lebih baik dan gencar melakukan promosi.

Rencana Jangka Pendek, Jangka Menengah dan Jangka Panjang

##### 1. Rencana Jangka Pendek

Melakukan promosi, promosi dilakukan dengan cara menyebarkan selebaran dan memasang spanduk atau menempelkan reklame-reklame di tempat yang ramai dikunjungi orang.

##### 2. Rencana Jangka Menengah

Mengadakan diskon atau potongan harga. Promosi berjalan dengan lancar sehingga dapat menaikkan pasar.

##### 3. Rencana Jangka Panjang

Pembangunan Butik

Keunggulan dari pembuatan usaha Online Shop kami ini antara lain:

Harga

Dalam menentukan harga barang atau produk yang dijual memang harus disesuaikan dengan kantong dari konsumennya. Akan tetapi ebby\_shop ini tetap memperhatikan kualitas dari barang yang dijualnya, agar harga yang para konsumen bayar sesuai dengan kualitas barang yang mereka beli. Konsumen tidak perlu khawatir soal harga. Harga dan biaya akan disesuaikan dengan kemampuan masing-masing konsumen.

Model

Anak-anak muda biasanya tidak mau ketinggalan dalam hal berpakaian, mereka selalu berusaha mengikuti trend masa kini, dan model pakaian yang dijual di ebby\_shop ini biasanya mengikuti perkembangan trend masa kini. Dengan motif yang sedang update seperti tribal owl hoodstooth.

Pelayanan

Selain harga dan kualitas, hal lain yang cukup penting dalam usaha butik adalah pelayanan. Pelayanan yang ramah dengan senyuman di bibir akan menarik banyak pelanggan untuk kembali ke rumah makan Anda.

Dengan memberikan potongan harga

Dengan memberikan potongan harga ongkos kirim atau dapat juga free ongkir untuk pembelian diatas 3pcs atau kepada konsumen yang sudah lebih dari 5 kali membeli produk di dalam group shop kami.

#### Keterbatasan Sistem

Karena adanya keterbatasan sistem dalam perangkat blackberry messenger yang mengakibatkan tidak meresponnya perangkat dikarenakan terlalu banyaknya seseorang berada dalam suatu group, sehingga ada beberapa kontak atau orang yang menolak untuk ikut masuk menjadi anggota dalam group ini. Maka dari itu kami menjadikan profil picture kami untuk menampilkan gambar – gambar dari dari produk – produk yang kami tawarkan di dalam group online shop kami. Sehingga orang – orang atau kontak yang tidak berada dalam group ini pun tetap dapat melihat apa yang coba kami tawarkan.

#### Kendala dan Cara Mengatasi

Kendala yang sering dihadapi ialah saat pendistribusian pemesanan . Keterlambatan saat produk diantar adalah hal yang harus dihindari sedini mungkin.

#### 4. Kesimpulan dan Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan maka dapat kita ambil kesimpulan sebagai berikut:

- a) Pengaruh perkembangan teknologi tersebut menyebabkan dunia perdagangan dituntut untuk menawarkan sebuah konsep perdagangan baru melalui jaringan internet yang disebut dengan e-marketing. Dimana dengan konsep baru ini pemasaran dapat dilakukan dengan lebih cepat dan akurat dan para pedagang dapat menjangkau daerah pemasaran hingga keseluruhan dunia. Akan tetapi melalui pasar E-commerce sekarang ini belum berdampak besar terhadap peningkatan penjualan dan omset.
- b) Teknologi informasi memberikan peranan yang besar dalam aspek pengelolaan bisnis. Salah satu teknologi informasi yang sampai saat ini banyak digunakan oleh masyarakat dunia adalah internet sedangkan ECommerce merupakan salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan omset tetapi e-commerce bukan cara yang terbaik.
- c) Penelitian ini terbatas pada obyek yang diteliti yaitu hanya menganalisa sistem pemasaran yang digunakan dalam E-commerce.
- d) Keterbatasan penelitian ini sebagai sebagai dasar demi mewujudkan terciptanya sistem pemasaran yang lebih maju dan modern di masa yang akan datang.

Dalam berwirausaha harus memiliki keinginan yang kuat dan menerima segala resiko yang ditempuh. Upaya pengembangan usaha harus menyesuaikan dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat yang diperlukan. Semakin banyaknya penciptaan lahan usaha maka akan mengurangi pengangguran di dalam negeri.

Pemanfaatan aplikasi internet untuk memasarkan produk yang dihasilkan UKM tersebut. Penelitian ini menggunakan variabel penelitian proses adopsi aplikasi internet untuk pemasaran produk (E-Commerce), persepsi terhadap manfaat dan kendalanya. Metode penelitian menggunakan teknik purposive sampling, dan metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner dan in-depth interview, metode analisis data deskriptif. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa penerapan E-Commerce untuk pengembangan pemasaran produk UKM cukup berpeluang. Artinya E-Commerce bisa digunakan sebagai media untuk menyebarluaskan produk UKM beserta seluruh atributnya, sehingga bisa menjangkau pasar lebih luas, sedangkan untuk transaksi masih dilakukan secara fisik dalam arti perlu ada pertemuan antara konsumen dan produsen UKM maupun distributornya

#### Daftar Pustaka

- [1] Bestary Gambrien, Risnandar dan Ade Rahmat Iskandar, 2012; E-Commerce untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus : Kabupaten Tana Toraja, Sulawesi Selatan); Jurnal Teknologi Informasi Politeknik Telkom Vol. 1, No. 4, November 2012
  - [2] Fitriana Rahayu, 2018; Penggunaan Media Online Untuk Bisnis Oleh Perempuan (Studi Deskriptif Pengelolaan Informasi untuk Bisnis dengan Media Online oleh Perempuan pada Komunitas WOSCA); jurnal informatika vol 2, hal 4-20
  - [3] Safitri Juanita, 2010; Analisa Strategi Bisnis Penjualan Online, artikel ilmiah, Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, ISSN: 2088-8252
- JURNAL ILMIAH SISTEM INFORMASI (JUISI) VOL 1, No.2, Mei 2023, pp. 1 - 14**

- [4] Ginanjar Sri Lakutomo, 2014; Analisis Pemasaran Terhadap Bisnis Online (Ecommerce) Dalam Jaringan Sosial Internet, Naskah Publikasi Ilmiah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.Jurusan Studi Manajemen.Universitas Muhammadiyah Surakarta
- [5] Shabur Miftah Maulana, Heru Susilo, Riyadi, 2015; Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang), Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 29 No. 1 Desember 2015
- [6] Adik Susilo Wardoyo, 2015; Bisnis Online Di Indonesia Ke Depan Dan Analisa Dengan Swot, Artikel Ilmiah Magister Teknik Elektro program Pascasarjana Universitas Mercubuana
- [7] Ilhami, S. D., & Setiadi, T. (2022). Penguatan Produk "Dapur Riswi" Guna Meningkatkan Penjualan Melalui Peningkatan Strategi Pemasaran. Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks" SOLIDITAS"(J-SOLID), 5(2), 202-210.
- [8] Setiadi, T., Rasminto, H., & Rohmah, S. U. (2022). SISTEM INFORMASIPENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN PELANGGAN TERBAIK MENGGUNAKAN METODE SIMPLE ADDITIVE WEIGHTING (SAW) PADA MINIMARKET UTAMA KENDAL. Jurnal Publikasi Manajemen Informatika, 1(2), 12-20.
- [9] Siswanto, E. (2022). Perancangan Sistem Informasi Customer Relationship Management Berbasis Model RFM berbasis WEB. JURNAL TEKNIK INFORMATIKA DAN MULTIMEDIA, 2(1), 42-51.
- [10] Setiadi, T. S., & Filosova, N. M. (2022). Aplikasi Sistem Informasi E-Menu Pada Seblak Gaul Septi Menggunakan Metode Least Square. Teknik: Jurnal Ilmu Teknik dan Informatika, 2(1), 31-39.