

PERANCANGAN APLIKASI MOANA STORE SEBAGAI SARANA PENJUALAN HIASAN RUANGAN RUMAH

Santoso¹, Safira Nursi Tasya², Asri Maulani³
Program Studi D4 E-Commerce Logistics, Politeknik Pos Indonesia
Jl. Sariasih No. 54, Bandung 40151

Email: ¹santoso@poltekpos.ac.id, ²safirannursya@gmail.com, ³asrimaulani26@gmail.com

Abstrak:

E-Commerce merupakan salah satu konsep yang cukup berkembang dalam bidang teknologi informasi. Konsep E-Commerce memberikan banyak kemudahan dan kelebihan jika dibandingkan dengan konsep belanja konvensional, diantaranya semua informasi yang diinginkan konsumen dapat diakses lebih detail, cepat tanpa dibatasi tempat dan waktu, serta proses transaksi dapat dilakukan lebih mudah. Tujuan dari penulisan penelitian ini adalah untuk menghasilkan sebuah aplikasi penjualan dan website "Moana Store". Dengan diterapkannya sistem ini akan sangat memudahkan dan menguntungkan banyak pihak, baik konsumen maupun penjual. Pada Tugas penelitian ini akan dibuat perangkat lunak dengan media website dan aplikasi untuk penjualan produk. Website penjualan berbasis e-commerce ini didesain menggunakan aplikasi BukaOlshop

Kata Kunci: *E-Commerce, Application, Website*

Abstract:

E-Commerce is one of the concepts that is quite developed in the field of information technology. The concept of E-Commerce provides many conveniences and advantages when compared to conventional shopping concepts, including all the information that consumers want can be accessed in more detail, quickly without being limited by place and time, and the transaction process can be done more easily. The purpose of writing this research is to produce a sales application and website "Moana Store". With the implementation of this system will greatly facilitate and benefit many parties, both consumers and sellers. In this research, software with website and application media will be made for product sales. This e-commerce-based sales website is designed using the BukaOlshop application

Keywords: E-Commerce, Application, Website

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

"Moana Store: merupakan aplikasi untuk menjual Hiasan untuk Ruang Rumah" adalah Bisnis Usaha Online yang didirikan di tengah pandemi Covid-19 oleh mahasiswa jurusan E-Commerce Logistics bernama Asri Maulani dan Safira Nursi Tasya. Alasan kami memberi nama toko "Moana" karena kata "Moana" diambil dari bahasa Maori (bahasa daerah Selandia Baru/New Zealand) yang artinya "Samudera" dan terinspirasi dari kartun movie Disney yang berjudul "Moana" serta belum ada satu pun toko online bernama "Moana". Maka darisitulah kami mengambil nama ini.

Di tengah pandemi virus corona baru, banyak yang mencoba membuka bisnis online untuk mencari penghasilan tambahan maupun terpaksa banting setir karena kehilangan pekerjaan. Tidak sedikit masyarakat yang banting setir mencari rejeki dengan cara berjualan apa saja yang mereka bisa, dan jurnal ini memfokuskan bahasa pada bisnis beraneka ragam barang hiasan rumah dengan pemasaran secara online. Tujuan dibuatnya jurnal ini untuk mengkaji fenomena bisnis barang online sebagai solusi usaha ditengah masa pandemi covid-19. Pandemi COVID-19 telah mengubah perekonomian dunia. Banyak masyarakat yg menjadi korban atas pandemi ini, namun

ternyata ada sedikit hal positif dibalik bencana yang terjadi. Usaha barang online termasuk solusi usaha dimasa pandemi covid-19. Wabah virus Corona ini memang belum diketahui secara pasti kapan akan berakhir. Sehingga sudah semestinya, untuk menjaga kondisi keuangan tetap stabil maka harus memiliki ide dan mencari penghasilan lain yang setidaknya bisa dikerjakan dari rumah.

Usaha rumahan merupakan peluang yang bisa dimanfaatkan. Umumnya modal yang dibutuhkan juga tidak terlalu besar, selain itu lebih fleksibel. Untuk memulai peluang usaha rumahan di saat Pandemi seperti sekarang ini, yang perlu dilakukan adalah memaksimalkan bakat dan minat untuk membuat sesuatu sehingga diminati atau dibutuhkan orang lain.

Sejak beberapa tahun belakangan ini, bisnis *online* di Indonesia sedang mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Kondisi ini tentunya didukung oleh kemajuan teknologi dan tingginya jumlah pengguna internet. Bahkan pada tahun 2018 lalu, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat mencapai 93,4 juta orang. Berkat perpaduan tersebut, nilai bisnis *online* di Indonesia pun mampu menembus 12 miliar USD. Besarnya nilai tersebut membuat Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi kekuatan ekonomi baru dunia. Maka dari itu, memanfaatkan kemajuan teknologi, usaha online sudah banyak digandrungi bahkan sebelum wabah Pandemi menjangkit. Ide usaha online ini sangat beragam dan fleksibel, hanya perlu memanfaatkan internet dan laptop atau smartphone saja.

Terlebih di tengah pembatasan sosial seperti sekarang, dimana masyarakat lebih banyak beraktivitas di dalam rumah yang justru meningkatkan penggunaan internet termasuk untuk berbelanja. Menjalankan usaha online bisa dengan memanfaatkan dan mengoptimalkan lapak-lapak e-commerce yang kian banyak tersedia, atau bisa juga membuat toko online via website atau aplikasi. Dunia bisnis semakin berkembang setelah kehadiran e-commerce di Indonesia. Dulu, orang-orang bertransaksi dengan cara bertatap muka. Penjual bertemu dengan pembeli lalu bernegosiasi harga, dan terjadilah transaksi. Kini, cara yang

demikian mulai teralihkan. Dunia digital menggantikan itu semua. Prosesnya serba cepat, mudah, dan praktis.

Proses tersebut kian nyaman setelah hadirnya e-commerce di Indonesia. Konsumen tak lagi datang ke toko untuk melihat produk dan menawar harga. Mereka cukup melihat e-commerce yang dituju. Kemudian, melihat katalog produk yang disediakan. Selanjutnya, memilih produk dan masukkan metode pembayaran. Yang terakhir adalah pilih jasa pengiriman.

Sehingga, tidak heran apabila konsumen sangat nyaman dengan e-commerce di Indonesia. Belum lagi keamanan yang cukup canggih sehingga data konsumen terlindungi. Lalu, bagaimana sejarah e-commerce di Indonesia? Anda perlu mengetahui kapan permulaan e-commerce di Indonesia. Ini menjadi catatan dan wawasan dalam dunia bisnis khususnya perkembangan teknologi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Awal E-commerce di Indonesia

Lahirnya e-commerce di Indonesia bermula dari hadirnya IndoNet. Saat itu, IndoNet sebagai Internet Service Provider (ISP) di Indonesia. Kemunculan IndoNet menjadi cikal bakal pemanfaatan teknologi dalam segala bidang. Tidak terkecuali pada bisnis online.

Kemudian, pada tahun 1996, muncul Dyviacom Intrabumi atau D-Net yang dianggap sebagai perintis jual beli online. Kehadiran media transaksi ini tentu saja menjadi kabar yang baik tidak hanya pemilik bisnis melainkan konsumen. Dengan menggunakan internet, proses transaksi akan jauh lebih mudah. Akan tetapi, pada mulanya, penggunaan internet hanya sebatas menampilkan produk. Untuk transaksi pembayaran, tetap saja antara penjual dan konsumen harus bertemu. Istilah tersebut kemudian hari dinamakan cash on delivery (COD). Seiring berkembangnya kemajuan teknologi, hadir pula toko online. Kemudian, inilah titik mula munculnya e-commerce di Indonesia Inovasi yang dilakukan oleh Go-Jek memberikan banyak inspirasi ke e-commerce lainnya. Maka kemunculan Go-Jek juga diikuti

oleh e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak dan sebagainya.

2.2 Era Keemasan

Saat ini, bisa dikatakan bahwa era keemasan e-commerce di Indonesia. Anda akan sangat jarang menemukan konsumen yang membelanjakan uangnya tidak melalui e-commerce. Apalagi saat pandemi seperti ini. Semuanya hanya butuh klik dan transaksi akan terjadi. E-commerce di Indonesia benar-benar menancapkan pengaruhnya bagi siapa saja. Terbukti muncul Hari Belanja *Online* Nasional (Harbolnas). Hari yang paling ditunggu-tunggu oleh konsumen. Sebab, saat itu, konsumen akan mendapatkan jumlah produk yang banyak dengan harga promo.

Belum lagi tanggal cantik atau hari besar. E-commerce pasti akan memberikan harga yang berbeda. Maka, persaingan e-commerce untuk menarik calon konsumen semakin ketat. Setiap e-commerce punya keunggulan masing-masing. Sebagai contoh Shopee dengan sistem gratis ongkos kirim.

2.3 Peran Logistik dalam Kemajuan E-Commerce di Indonesia

Bisnis e-commerce di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal tersebut dapat dilihat pada beberapa tahun terakhir bahwa bisnis e-commerce ini menjadi sebuah trend dan menjadi sebuah peluang dalam berbisnis di masyarakat. Pada dasarnya e-commerce melakukan sourcing dan delivery [1]. Tujuan dari sourcing adalah mendapatkan barang-barang dari merchant atau supplier untuk diperdagangkan secara online, sementara delivery menjadi hal yang paling penting dikarenakan delivery ini memastikan pengiriman barang yang dipesan customer dapat dikirim tepat waktu.

Pertumbuhan e-commerce yang begitu cepat dapat memberikan peluang bagi perusahaan yang bergerak di bidang bisnis e-commerce. Peluang dapat dilihat oleh para pelaku usaha e-commerce

sehingga dapat melakukan kerja sama dengan perusahaan penyedia jasa logistik untuk memberikan solusi permasalahan pengelolaan logistik e-commerce yang dapat dilihat dari aspek quality, cost, dan time.

2.4 Pertumbuhan E-Commerce di Indonesia

Menurut laporan Ken Research yang diakses di jurnalmaritim.com [2] yang berjudul “Logistik dan Pergudangan Indonesia Menurut Sektor (freight forwarding, warehousing, VAS) oleh Domestic and International Services – Outlook 2021”, Compound Annual Growth Rate (CAGR) di pasar logistik Indonesia diperkirakan mencapai 7,9% dalam 5 tahun ke depan hingga 2021. Freight forwarding menjadi segmen dengan pertumbuhan tercepat dengan perkiraan CAGR sebesar 9,2%.

Menurut katadata.co.id dalam teknologi.id, jual beli e-commerce di tingkat global mengalami peningkatan yang pesat. Hal tersebut dilihat dari nilai transaksi e-commerce atau toko online yang diprediksi akan melebihi 230% di tahun 2021 menjadi US\$ 4,48 triliun atau setara dengan Rp60.467 triliun [3]. Data tersebut dapat dilihat pada grafik di bawah ini.



Sumber: katadata.co.id dalam teknologi.id

Konsep-Konsep berikut dibawah ini merupakan konsep yang kami terapkan selama kami membuat e-commerce digital (web & apk):

III ANALISA DAN PERANCANGAN

3.1 Perancangan Database

Perancangan Database adalah proses untuk menentukan isi dan pengaturan data yang dibutuhkan untuk mendukung berbagai rancangan sistem. Tujuan Perancangan Database : untuk memenuhi informasi yang berisikan kebutuhan-kebutuhan user secara khusus dan aplikasi-aplikasinya.

3.1.1 Conceptual Data Model

Conceptual Data Model adalah sebuah representasi seluruh muatan informasi yang dikandung oleh basis data. Tidak seperti level eksternal maka pada level conceptual, keberadaannya tidak memperhitungkan kekurangan perangkat keras maupun perangkat lunak pembangun aplikasi basis data. Didefinisikan sebagai sebuah skema konseptual.

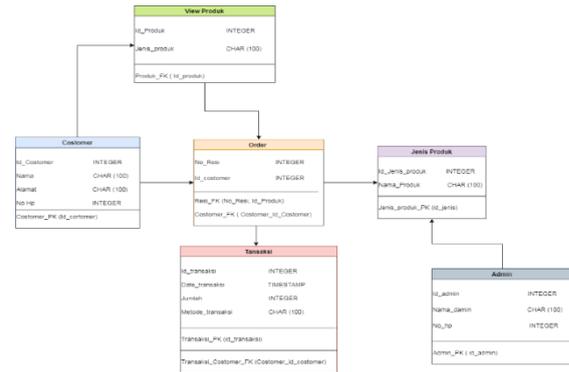
3.1.2 Physical Data Model

Physical Data Model merupakan gambaran fisik dari database yang akan dibuat dengan mempertimbangkan DBMS yang akan digunakan. PDM dapat dihasilkan dari CDM yang telah dibuat. Dalam penerapannya PDM dapat disamakan dengan Skema Relasi yang fungsinya adalah memodelkan struktur fisik dan secara detail dari suatu database. Dalam PDM hubungan antar entitas yang digunakan adalah hubungan secara kardinalitasnya, dimana hubungan one to one akan ditandai dengan sebuah garis hubung dan berisi keterangan hubungan tersebut one to one, hubungan one to many juga ditandai dengan garis hubung serta tanda hubungan tersebut one to many dan PK (Primary Key) pada tabel one akan menjadi FK (Foreign Key) pada tabel many, dan hubungan many to many akan membuat sebuah tabel baru yang berisikan PK dari masing-masing tabel pembentuk hubungan many to many Berikut merupakan contoh PDM dari ERDnya.

3.1.3 Perancangan

Perancangan adalah penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi sebagai perancangan sistem dapat

dirancang dalam bentuk bagan alir sistem



(system flowchart), yang merupakan alat bentuk grafik yang dapat digunakan untuk menunjukkan urutan-urutan proses dari sistem. Syifaun Nafisah, (2003:2).

3.1.4 Analisis Dokumen yang digunakan

Analisis Dokumen yang digunakan Sistem Moana Fungsi: Pemesanan sampai dengan pembayaran Rekap: 1
 Distribusi: Perusahaan Jual beli online
 Frekuensi: Tergantung Pembelian Pembeli

No	Nama	Jenis Data	Keterangan
1	No.Pemesana	Data	Nomor Resi
2	Penanggung jawab	Data	Nama Reseller
3	Jumlah transaksi	Numerik	Pembayaran
4	Tanggal transaksi	Data	Tanggal pembayaran
5	Tanggal Pemesanan	Data	Tanggal di order
6	Status	String	Packing, perjalanan, diterima
7	Pengembalian barang	Data	Rusak, barang tdk

Survei terbaru Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan jumlah pengguna internet di Tanah Air kembali naik. Selain kehadiran infrastruktur *broadband* yang makin merata, faktor pandemi yang mengharuskan orang-orang berkegiatan di rumah turut berkontribusi pada meningkatnya penetrasi internet Survei APJII untuk 2019 hingga kuartal kedua 2020 menemukan jumlah pengguna internet mencapai 196,7 juta atau 73,7 persen dari total populasi di Indonesia. Angka penetrasi itu naik

8,9% dibanding jumlah pengguna sebelumnya. Berdasarkan usia, pengguna internet paling banyak di kategori 20-29 tahun, menyusul usia 30-49 tahun. Hal ini diasumsikan pada usia tersebut adalah masa-masa belajar dan usia produktif dalam bekerja.

Dalam kategori jenis kelamin, laki-laki masih mendominasi penggunaan internet dibanding perempuan. Dan presentasi yang terbanyak adalah responden dengan tingkat pendidikan S2/S3. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan individu maka semakin besar juga tingkat penggunaan mereka terhadap internet. Untuk responden yang memiliki pengeluaran di atas 1 juta adalah responden yang aktif menggunakan internet.

Sedangkan untuk wilayah dan pulau, responden yang bermukim di wilayah urban masih mendominasi penggunaan internet dibanding wilayah rural (perdesaan). Hal ini menunjukkan ketersediaan infrastruktur di wilayah perkotaan jauh lebih memadai dibandingkan di perdesaan.

IV PENUTUP

Pulau Jawa masih menjadi kontributor terbesar pengguna internet di Indonesia dengan 55,7 persen. Sumatera berada di posisi kedua dengan sumbangan 21,6 persen. Sulawesi (7%), Kalimantan (6,3%), Bali & Nusa Tenggara (5,2%), dan Maluku & Papua (3%) menyusul di belakang. Karena di masa pandemic ini, jumlah pendapatan e-commerce mengalami peningkatan signifikan dan jumlah pengguna internet di Indonesia tetap banyak terutama di pulau Jawa tempat dimana kami tinggal dan banyaknya pengguna internet usia produktif (20 tahun ke atas yang mana sudah mendapat pekerjaan). Maka peluang membangun usaha bisnis online (e-commerce) sangat terbuka lebar.

E-Commerce memiliki beberapa keuntungan pula seperti: membuat pasar nasional ataupun international menjadi semakin mudah dicapai, menurunkan biaya proses, distribusi, dan pengumpulan informasi, akses yang sangat luas (world-wide) terhadap sejumlah besar produk dan jasa. Itulah sebabnya kami sebagai generasi muda berusaha melakukan percobaan dengan menghadirkan toko bisnis online dan kami juga mengambil beberapa riset yang kami dapatkan dari internet menjadi bukti untuk melengkapi tugas jurnal kelompok proyek ini.

REFERENCES

- [1] Kholoud, I dan Mustafa Al-Abdallah Gaith. (2013). Website Design and Usage Behaviour: An Application of the UTAUT Model for Internet Banking in UK. *International Journal of Marketing Studies*, 6 (1). 75-89. Retrieved from Canadian Center of Science and Education
- [2] Fathansyah. 2007. *Basis Data*. Bandung : Informatika, Bandung
- [3] Tohari. 2014. *Analisis serta Perancangan Sistem Informasi melalui Pendekatan UML*. Yogyakarta: Andi.
- [4] Surakarta. Akhlis. 2011. *10 Hal yang Harus Ada dalam Situs Bisnis*. Tersedia di
- [5] Safaat, Nazruddin., 2014, *Pemrograman Aplikasi Mobile Smartphone dan tablet PC Berbasis Android*, Bandung : Informatika Bandung.
- [6] Zulkifli Dede, dkk, 2011, *Gampang Membuat Toko Online*. Jakarta: Informatika.
- [7] Ulfah, Amalia. (2006). *Aplikasi Penjualan Produk Batik Adifani Pekalongan Berbasis Web E-Commerce*. Skripsi S1. Surakarta: Fakultas Teknik. Universitas Muhammadiyah