

PEMBUATAN BISNIS TOKO ONLINE SEBAGAI PELUANG USAHA MENUMBUHKAN PASAR GLOBAL

SandyKosasi
Sistem Informasi, STMIK Pontianak
e-mail: sandykosasi@yahoo.co.id dan sandykosasi@stmikpontianak.ac.id

Abstract

Online business is the representation of a new business model for consumers or customers. It enables the business transaction without being limited to the space and the time, provides the opportunities to build the business relationship without depending on the scales of previous business, and gives the guarantee of personalization to the customers intensively and interactively. Therefore, it can improve the values of customers' satisfaction through the service system of sales technology digitally. Online business can even improve small and medium enterprises nationally. This research aimed to produce software used to manage and run the online business of shoes. Therefore, customers' needs are easily fulfilled, and sales and market share are expanded to improve some business opportunities of global marketing. The design of online shoes business using a site model involves these stages: design specification through feasibility study, identification of customers' need of using the application, running system observation, and validation of needs. Online shoes business has a navigation feature providing easiness to visitors to search and order the goods and opportunities to build a more personal relationship with the visitors and continuous loyalty.

Keywords: *Online Business, Shoes, Business Opportunities, Global Markets, Customers' Loyalty*

1. PENDAHULUAN

Keberadaan bisnis *offline* sudah mulai memperlhatkan penurunan yang cukup drastis dengan kondisi perekonomian saat ini. Kebutuhan modal usaha dan investasi semakin meningkat. Nilai pengembalian tidak sebanding dengan investasi modal usaha. Kejadian pemutusan hubungan kerja karyawan. Ketersediaan bahan material tidak lagi mencukupi kebutuhan barangsi. Meningkatnya jumlah beban hutang usaha. Daya beli dan nilai tukar rupiah semakin menurun dan hilangnya pengaruh insentif pasar. Semua kejadian ini membutuhkan proses rekonsiliasi bisnis agar dapat segera kembali normal. Upayamelakukan proses rekonsiliasi bisnis dapat dengan cara memberdayakan kemampuan teknologi informasi dalam bidang bisnis, yaitu dengan mendirikan bisnis toko *online*.

Bisnis toko *online* merupakan sebuah representasi model bisnis baru dengan

sejumlah kelebihannya. Keberadaan bisnis toko online seiring dengan pertumbuhan teknologi informasi. Bisnis toko online memudahkan konsumen atau pelanggan dapat melakukan transaksi bisnis tanpa batasan ruang dan waktu. Semua transaksi bisnis dapat berlangsung selama 24 jam sehari dan 7 hari seminggu. Memiliki jangkauan pemasaran yang luas sehingga memiliki banyak kemudahan menggali peluang pasar secara global. Kesempatan membangun mitra bisnis bersama tanpa harus bergantung kepada skala usaha bisnis. Tidak membutuhkan investasi dan modal biaya operasional besar dengan jumlah karyawan yang banyak dalam mendirikan bisnis ini. Menjalankan bisnis toko online dapat membangun hubungan personalisasi pelanggan sehingga menjadi lebih dekat, komunikatif dan pelayanan dapat lebih interaktif [1].

Bisnis toko *online* merupakan model bisnis yang menawarkan beragam barang dan jasa secara digital dengan jangkauan

pemasaran yang luas. Bisnis toko online memberikan peluang besar menumbuhkan segementasi pasar barang dan jasa secara global dan tidak hanya sebatas daerah tertentu saja. Bahkan dapat ikut serta dalam menumbuhkan usaha kecil dan menengah secara nasional [2]. Kehadiran toko bisnis online senantiasa memberikan implikasi secara signifikan dan positif untuk meningkatkan kesejahteraan dan meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi.

Bisnis toko *online* memiliki elemen daya saing yang sangat signifikan karena mudah menyesuaikan dengan kondisi pasar sasaran. Mudah menjalin kerjasama dengan mitra bisnis dalam pengadaan dan mendistribusikan barang dan jasa secara langsung tanpa perantara. Kenyataan ini jelas akan menurunkan biaya operasional dan meningkatkan marjin usaha [3]. Kondisi ini merupakan faktor penting bagi setiap lapisan masyarakat untuk ikut serta menawarkan barang dan jasa melalui kepemilikan usaha bisnis toko online. Cukup dengan mengupload informasi berupa foto atau informasi tentang barang dan jasanya. Sifatnya yang dinamis memberi kemudahan melakukan sistem pereliharaan dan tanggap membangun hubungan loyalitas pelanggan saat ini dan mendatang.

Penelitian sebelumnya yang relevan mengenai penerapan bisnis toko online merupakan model bisnis yang paling umum dari aplikasi perniagaan elektronik. Memiliki kerangka kerja dan fungsi secara komprehensif dalam bentuk arsitektur fungsional dan tujuan sistem toko online untuk mendekatkan dengan pelanggan [4]. Pembuatan toko *online* tidak memiliki efek kepada keputusan pembelian konsumen. Memiliki dukungan transaksional dapat menarik pelanggan tradisional dengan beragam kemudahan untuk memelihara loyalitas pelanggan [5]. Meskipun toko *online* telah menjadi saluran bisnis *online* di negara-negara

maju. Namun untuk negara berkembang masih berada pada tahap inovasi dan merupakan peluang bisnis yang sangat menjanjikan [6]. Pelanggan melakukan transaksi pada bisnis toko online lebih mementingkan kepada kepercayaan daripadaharga, baik untuk pelanggan yang berulang dan pelanggan potensial. Hubungan dan personalisasi dengan pelanggan menjadi bagian penting dalam meningkatkan dan memperluas pangsa pasar [7].

Keberadaan bisnis toko online dapat memberikan jaminan personalisasi kepada pelanggan secara lebih intensif dan interaktif sehingga dapat meningkatkan nilai-nilai kepuasan pelanggan. Sejumlah penelitian memperlihatkan bahwa bisnis toko *online* memiliki tingkat kompetensi yang tinggi dan handal dalam membangun hubungan yang loyal dengan pelanggan. Kelancaran dan kemudahan mekanisme melakukan transaksi bisnis toko *online* memberikan kesempatan menumbuhkan sasaran pasar global [8]. Tujuan penelitian menghasilkan perangkat lunak untuk mengelola dan menjalankan bisnis toko *online* agar masyarakat mudah memenuhi segala kebutuhan, memperluas penjualan dan sasaran pangsa pasar barangtuk menumbuhkan berbagai peluang bisnis dalam pemasaran global.

2. METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian survei dengan pendekatan kebutuhan perluasan pasarnya menggunakan analisis kesempatan pasar sasaran, pembuatan model bisnis, antarmuka pelanggan, komunikasi pasar dan rancangan prototipe. Metode dalam penelitian ini menggunakan R&D (*Research and Development*). Instrumen penelitian dengan teknik wawancara, observasi dan sebaran angket pertanyaan. Untuk pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data penelitian berasal dari data primer dan sekunder. Untuk data

primer berasal dari hasil survei responden terpilih dan data sekunder berasal dari laporan-laporan atau publikasi dalam bentuk jurnal dan prosiding.

Pembuatan bisnistoko sepatu online menggunakan model situs dengan tahapan spesifikasi pembuatan melalui studi kelayakan, mengidentifikasi kebutuhan pengguna tentang kepuasan penggunaan aplikasi dalam pembuatan dan observasi sistem berjalan dan validasi kebutuhan. Bahasa pemrogramannya dengan pengkodean HTML, PHP, CSS, jQuery, dan alat bantu Dreamweaver CS5. Menggunakan XAMPP 1.8.0-VC9 untuk menjalankan Apache web server dan *PhpMyAdmin* sebagai database server.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan bisnis toko online dalam penelitian ini menggunakan objek sepatu. Untuk kebutuhan objek sepatu ini diawali dengan mengumpulkan semua persyaratan kebutuhan dalam rangka mempromosikan beragam model sepatu. Merancang struktur navigasi, modul-modul sistem dan subsistem dalam kaitannya dengan konsistensi kebutuhan beranda situs toko sepatu online. Bisnis toko sepatu online memiliki 2 (dua) struktur jenis kebutuhan: kebutuhan fungsional dan kebutuhan nonfungsional. Kebutuhan fungsional adalah kebutuhan yang mengelola semua proses bisnis sistem online. Sementara kebutuhan nonfungsional menitikberatkan kepada properti perilaku sistem. Untuk perencanaan kebutuhan sistem meliputi semua struktur informasi dan elemen-elemen semua pengetahuan dari setiap pelanggan. Mengidentifikasi kebutuhan informasi dan batasan sistem sebagai alternatif proses melakukan sinkronisasi, dan interoperabilitas informasi agar lancar dalam mengelola semua pengetahuan pelanggan perusahaan.

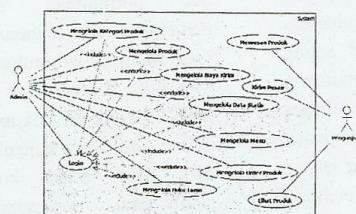
Orientasi dalam fase pembuatan adalah menyelesaikan masalah-masalah perusahaan dalam menjual dan memasarkan barang dan jasa mereka. Meskipun teknologi informasi dan sistem bisa mengarahkan sebagian dari sistem yang diajukan, fokusnya akan selalu tetap pada upaya pencapaian tujuan-tujuan perusahaan. Proses pembuatan sistem harus dapat mencari dan menelusuri segala informasi yang signifikan untuk memenuhi kebutuhan aplikasi yang dibangun. Pembuatantoko online menggunakan arsitektur sistem informasi dalam bentuk strategi back-end dan front-end. Dimana back-end merupakan halaman yang di khususkan bagi administrator untuk kebutuhan mengelola mekanisme dan proses bisnis sistem online. Sementara untuk halaman front-end lebih disediakan untuk kebutuhan pengguna akhir, yang dalam hal ini adalah pelanggan atau konsumen potensial, baik yang hanya sekedar ingin melihat informasi maupun bagi para konsumen atau pelanggan yang memiliki minat melakukan proses transaksi bisnis sepatu secara online.

Deskripsi kebutuhan fungsional terdiri atas kebutuhan konsumen, manajemen perusahaan, administrator sistem toko sepatu online, dan sejumlah fitur sistem agar mendapatkan kenyamanan dalam melakukan transaksi bisnis penjualan sepatu. Modul kebutuhan konsumen memiliki halaman khusus untuk keanggotaan dalam mengelola pesanan dan permintaan barang. Kemudahan menelusuri dan mencari barang dan jasa yang menjadi kebutuhan secara mendefil. Memiliki form untuk proses transaksi bisnis penjualan barang sepatu secara online, fitur form konsultasi secara online, dan fitur form konfirmasi proses pembayaran pemesanan barang dan validasi via SMS sehingga keakuratannya menjadi lebih terjamin keamanannya.

Berikutnya, kebutuhan manajemen perusahaan memiliki sejumlah fitur, diantaranya kemampuan menampilkan informasi semua barang secara lengkap termasuk harga barangnya, menyediakan form konfirmasi pemesanan, form untuk melakukan interaksi dan komunikasi dengan pelanggan, dan tersedianya form untuk melakukan promosi barang. Selanjutnya untuk modul administrator berkaitan dengan fungsi mengelola sistem toko sepatu online. Fungsi dari modul ini memiliki fitur pendataan barang, informasi pengetahuan konsumen dan pelanggan, kelompok kategori dan jenis barang, melakukan pemrosesan transaksi dan pengiriman barang, melakukan validasi untuk semua penerimaan pembayaran, mengelola sejumlah transaksi sebagai kebutuhan informasi bagi manajemen.

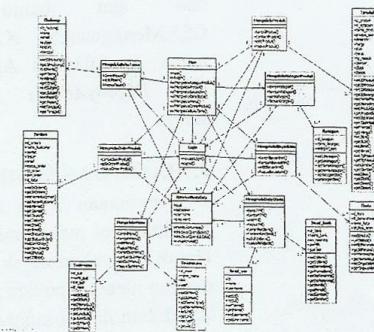
Selanjutnya untuk kebutuhan non-fungsional terdiri atas infrastruktur internet, registrasi nama domain, web hosting, web development, pengadaan perangkat keras dan perangkat lunak. Untuk persyaratan kebutuhan ini memiliki kontribusi penting agar toko sepatu online dapat melakukan aktivitasnya dengan lancar.

Pemodelan sistem toko sepatu online diawali dengan memperlihatkan diagram use case yang menjelaskan manfaat sistem jika dilihat menurut pandangan orang yang berada di luar sistem atau actor(pengunjung) dan admin (Gambar 1).



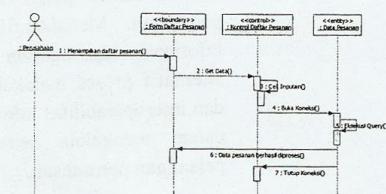
Gambar 1. Diagram Use Case

Selanjutnya untuk menampilkan beberapa kelas serta paket-paket yang ada dalam sistem/perangkat lunak toko sepatu online yang digunakan dan relasi-relasi didalamnya menggunakan diagram class. Diagram class mendeskripsikan jenis-jenis objek dalam sistem dan berbagai macam hubungan statis yang terdapat di antara mereka. Menunjukkan properti dan operasi sebuah class dan batasan-batasan yang terdapat dalam hubungan-hubungan objek tersebut (Gambar 2).



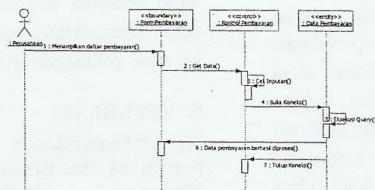
Gambar 2. Diagram Class

Untuk memperlihatkan urutan proses struktur toko sepatu online menggunakan diagram sequence. Untuk melakukan pemesanan produk memperlihatkan interaksi antara admin dengan sistem. Proses diawali dengan melakukan login. Admin melakukan pengolahan data pesanan barang dan memvalidasinya. Selanjutnya informasi pemesanan akan disimpan ke basis data dan menampilkan pada halaman pesanan (Gambar 3).

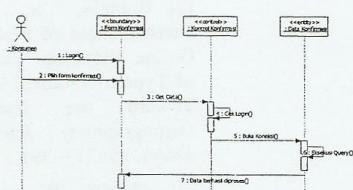


Gambar 3. Diagram Sequence Pemesanan

Untuk melakukan proses pembelian, pengunjung dapat membeli dengan hanya mengikuti langkah-langkah yang sudah ditentukan. Selanjutnya sistem mengirimkan informasi pembayaran ke email pengunjung (Gambar 4). Modul konfirmasi pembayaran merupakan proses validasi transaksi untuk semua pemesanan barang (Gambar 5).



Gambar 4. Diagram Sequence Pembayaran



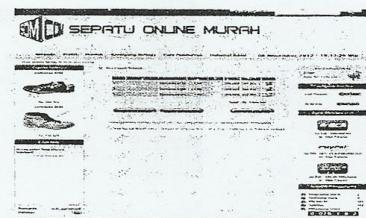
Gambar 5. Diagram Sequence Konfirmasi Pembayaran

Berikut merupakan pembuatan halaman utama situs sistem toko sepatu online. Untuk halaman situs memiliki header akan menampilkan banner mengenai info diskon, promo, merek sepatu dan sebagainya yang terkini. Terdapat beberapa menu yaitu menu home yang mengarahkan pada halaman utama situs, menu kategori yang mengarahkan pada kategori barang, pembelian, transaksi, menampilkan semua barang, dan fasilitas kontak (Gambar 6). Sistem juga memiliki halaman keranjang belanja pada halaman pengunjung. Pengunjung melakukan

transaksi dan barang yang dipesan dimasukkan kedalam keranjang belanja konsumen tersebut. Pada halaman tersebut muncul data barang yang dibeli serta total pembayaran yang harus dibayar oleh konsumen (Gambar 7).



Gambar 6. Toko Sepatu Online



Gambar 7. Keranjang Belanja

Sistem memudahkan pelanggan dalam mencari barang-barang yang dibutuhkan dengan fasilitas Cari Data Produk (Gambar 8). Pencarian ini memudahkan pelanggan atau konsumen menemukan barang dapat waktu cepat dengan sistem pencarian otomatis.



Gambar 8. Pencarian Barang

Sistem juga menampilkan ongkos kirim sesuai pemesanan barang dan tujuannya. Mengingat setiap daerah memiliki biaya transportasi yang berbeda (Gambar 9). Selanjutnya sistem akan mengirimkan nomor rekening tujuan pembayaran melalui email. Apabila dalam tiga hari belum mendapatkan konfirmasi pembayaran maka pihak admin akan membatalkan pesanan dengan mengubah status pemesanannya dan membatalkan pengirimannya.



Gambar 9. Ongkos Kirim

Toko online memiliki fitur navigasi dengan kemudahan bagi pengunjung, dalam hal ini baik konsumen ataupun pelanggan saat mengunjungi halaman situs web. Menampilkan pesan-pesan tertentu dalam mengarahkan pengunjung, calon pembeli dapat melakukan proses pemesanan barang secara online kapanpun dan dimanapun serta mendapatkan informasi produk secara up to date. Kemampuan aplikasi digitisasi toko online menawarkan banyak peluang baru terutama kesempatan memperluas pangsa pasar dengan biaya operasional yang murah karena semua transaksi bisnis bisa berlangsung dimana saja.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menghasilkan suatu aplikasi toko sepatu online dengan sasaran utama mendukung dan memperluas area pemasaran dalam menumbuhkan pasar global. Memperkenalkan dan menjual variasi sepatu dengan ciri dan kekhususan dari segi artistik dan modelnya. Memiliki fitur navigasi dengan kemudahan bagi pengunjung dalam menelusuri situs web. Kesempatan membangun hubungan yang lebih personal dengan pengunjung agar dapat mempertahankan dan membangun loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

5. REFERENSI

- [1] Mohammadpour, A. et.al. 2014. A Survey of the Effect of Social Media Marketing on Online Shopping of Customers by Mediating Variables. *Journal of Service Science and Management*. 7: 368-376.
- [2] Roma'n, S. 2010. Relational Consequences of Perceived Deception in Online Shopping: The Moderating Roles of Type of Product, Consumer's Attitude Toward the Internet Consumer's Demographics. *Journal of Business Ethics*. 95: 373–391.
- [3] Ahmed, B. et.al. 2014. The Intelligence of E-CRM Applications and Approaches on Online Shopping Industry. *International Journal of Innovation and Scientific Research*. 12 (1): 213-216.
- [4] Hwang, D. 2012. A Comprehensive Framework for Online Store Functionalities. *Issues in Information Systems*. 13 (2): 336-345.
- [5] Liang, T. et.al. 2000. Electronic Store Design and Consumer Choice: an Empirical Study. *Proceedings of the 33rd Hawaii International Conference on System Sciences*. 1-10.
- [6] Almousa, M. 2013. Barriers to E-Commerce Adoption: Consumers' Perspectives from a Developing Country. *iBusiness*. 5: 65-71.
- [7] Setiawan, R. et.al. 2012. Effects of Perceived Trust and Perceived Price on

Customers' Intention to Buy in Online
Store in Indonesia. *Asean Marketing
Journal.* IV (1): 26-36.

[8] Cho, V. et.al. 2014. An Integrative
Framework for Customizations on
Satisfaction: The Case of an Online
Jewelry Business in China. *Journal of
Service Science and Management.* 7: 165-
181.