JDSP
Jurnal Data Science Penusa
E-ISSN: 1234-5678

Penerapan E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online Dengan Metode C2C(Kasus Pada Rs Fashion)

Jeli Purnama Sari Buulolo [1)*], Wira Apriani [2)]
[1] Bisnis Digital ,STMIK Pelita Nusantara,
[,2] Teknik Informatika,STMIK Pelita Nusantara,
[1,] jelipurnamasari9@gmail.com, [2]wiraaprianii@gmail.com

Received: 10 September 2024 Accepted: 11 Oktober 2024 Published: 27 Oktober 2024
Pg. 162-165

OPEN ACCESS

***Penulis Koresponden**

Kata Kunci: E-Commerce, Customer to Customer, Webiste, Pemasaran, UML, MySQL.

JDSP: Jurnal Data Science Penusa is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Abstrak : Pertumbuhan pesat pasar e-commerce Indonesia telah menggairahkan para pelaku usaha untuk beralih dari penjualan di pasar konvensional atau pusat perbelanjaan ke platform digital. Rs Fashion, yang menjual berbagai produk fashion wanita, harus menghadapi persaingan ketat dengan penjual lain karena kurangnya pemasaran online yang mereka lakukan. Oleh karena itu, pembuatan situs E-Commerce merupakan strategi pemasaran yang efektif bagi Rs Fashion. Metode Customer to Customer (C2C) bisa digunakan untuk membangun dan mengembangkan website E-Commerce untuk Rs Fashion. Tujuan dari pembuatan E-Commerce ini adalah untuk mempromosikan, menjual, dan memasarkan produk mereka dengan lebih baik. Hasil dari penelitian ini adalah pengembangan sistem informasi E-Commerce berbasis website untuk meningkatkan pemasaran produk Rs Fashion.

PENDAHULUAN

Para pelaku usaha telah beralih dari hanya menjual produk di pasar tradisional atau pusat perbelanjaan, kini beralih ke digital, yaitu pasar jual beli elektronik, sebagai dampak dari pesatnya pertumbuhan pasar e-commerce di Indonesia. Era digitalisasi saat ini mengalami pertumbuhan bisnis yang belum pernah terjadi sebelumnya dan persaingan yang ketat. Akibatnya, bisnis harus menyesuaikan operasi mereka untuk memanfaatkan peluang baru untuk memperluas pangsa pasar mereka melalui penggunaan e-commerce, yang melibatkan penjualan barang dan jasa kepada pelanggan melalui Internet dan World Wide Web.

Salah satu tokonya bernama Rs Fashion yang menjual berbagai produk fashion wanita berupa pakaian . Rs Fashion tidak memiliki toko online. Disisi lain Rs Fashion harus bersaing dengan para penjual lainnya karena kurang nya pemasaran secara online yang dilakukan oleh Rs fashion itu sendiri. Sedangkan Rs Fashion masih melakukan penjualan secara manual tanpa tersentuh teknologi sedikit pun. Sehingga Rs Fashion masih belum dikenal oleh banyak kalangan karena kurangnya pengguna teknologi pada pemasaaran produk mereka. Persaingan dalam pemasaran produk yang ketat membuat Rs Fashion harus mempunyai teknik pemasaran yang baru.

Pembuatan *E-Commerce* adalah salah satu teknik pemasaran Rs Fashion yang cocok dan efektif. Salah satu teknik yang dapat dimanfaatkan adalah strategi Customer to Customer (C2C) membangun dan mengembangkan website *E-Commerce* pada Rs Fashion. Tujuan pembuatan *E- Commerce* tersebut guna untuk membantu Rs Fashion dalam mempromosikan, menjual dan memasarkan produk mereka.

TINJAUAN LITERATUR

Penerapan E-Commerce

Teknologi yang sangat membantu penjualan produk berbasis internet hingga mencapai batasnya adalah penerapan e-commerce (Gunadi, 2021)

E-commerce

E-commerce adalah tempat terjadinya jual beli secara online (elektronik). Hal ini mencakup pemasaran, pembelian, bahkan transaksi (pembayaran) yang dapat dilakukan melalui media atau internet (Yayu Kusdiana et al., 2022).

Costumer to Costumer (C2C)

Client-to-client (C2C) Salah satu model e-commerce adalah e-commerce, dimana pelanggan menjual secara langsung kepada pelanggan lain, atau sebagai transaksi jual beli antar konsumen (Sonata,2019).

UML

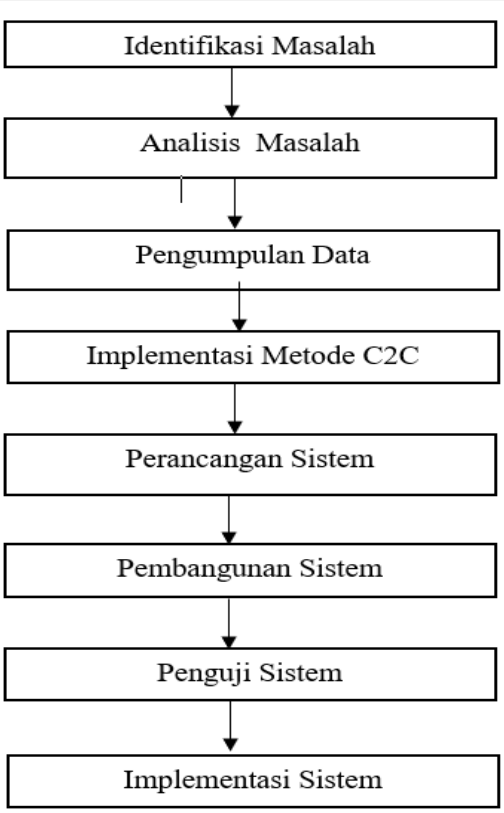
Unified Modeling Language, atau UML, adalah bahasa pemodelan visual yang digunakan untuk membangun, mendeskripsikan, memvisualisasikan, dan merekam desain sistem perangkat lunak. Melalui pemodelan, sistem yang akan dibangun dapat dijelaskan dengan jelas baik dari segi struktural maupun fungsionalnya (Legiawan & Alpalah, 2022).

MySQL

Salah satu jenis perangkat lunak sistem manajemen basis data (DBMS) sumber terbuka adalah MySQL. Menurut MEM open source, program ini dilengkapi dengan kode sumber, yang merupakan kode yang sama yang digunakan untuk membangun MySQL. Selain itu, satu-satunya kode yang dapat diunduh secara gratis dan dieksekusi langsung di dalam sistem operasi adalah bentuk yang dapat dieksekusi dengan men-download di internet (Irhan Agus Setiadi & Asep Supriyanto,2023)

Metode penelitian

Pada penelitian ini menggunakan kerangka kerja penelitian dan tahapan-tahapannya sebagai berikut**:**



Gambar 3.1 Tahap penelitian

HASIL PENELITIAN

1. Analisa Data

Analisa data pada *Rs Fashion* melibatkan beberapa tahapan penting. Pertama, pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan berbagai informasi penting seperti jumlah transaksi, jenis produk, harga produk, waktu transaksi, informasi tentang penjual dan pembeli, serta lokasi keduanya di Medan. Setelah data dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah pembersihan data untuk menghapus duplikasi, memperbaiki kesalahan input, dan melengkapi data yang hilang jika memungkinkan. Berikut adalah data yang diperoleh

Tabel 1 Sample Data

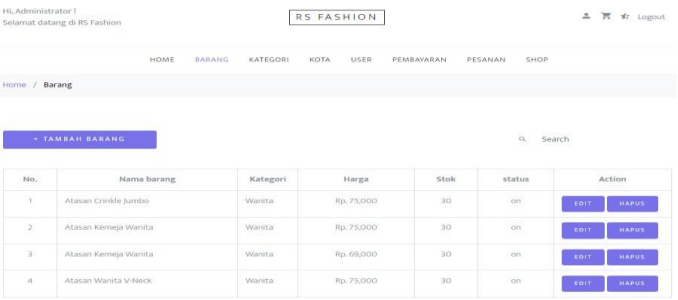
No	Produk	Harga (Rp)	Jumlah Terjual	Promosi
1	Kemeja Wanita	100,000	3	Tidak
2	Kaos Wanita	45,000	5	Ya
3	Dress Formal Wanita	150,000	1	Ya
4	Dress Formal Wanita	300,000	1	Tidak
5	Jaket Wanita	150,000	2	Tidak
6	Blouse Wanita	200,000	1	Ya
7	Gamis Wanita	190,000	2	Tidak
8	Celana Jeans Wanita	200,000	1	Ya
9	Celana Panjang Wanita	150,000	2	Tidak
10	Rok Pendek Wanita	110,000	2	Ya

1. Analisa Sistem

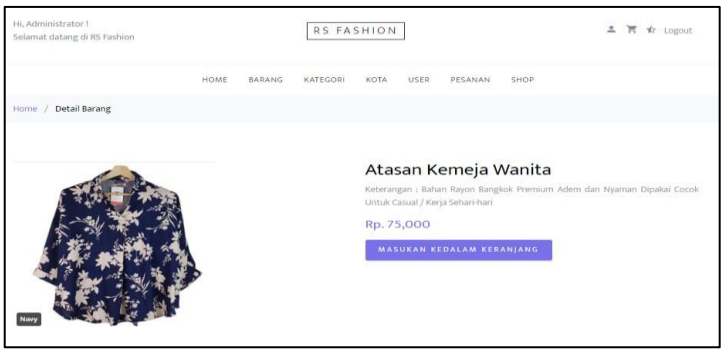
Implementasi sistem berdasarkan pada hasil analisa dan perancangan yang dilakukan sebelumnya. Perancangan yang dibangun menggunakan pemogramman berbasis web. Perancangan sistem menggunakan bahasa pemogramman PHP dan MySQL sebagai databasenya. Berikut gambar sistem infomasi E-Commerce yang dibangun pada Rs Fashion adalah sebagai berikut:



Gambar 1 Tampilan Menu Awal



Gambar 2 Tampilan Halaman Daftar Barang



Gambar 3 Tampilan Detail Barang

KESIMPULAN

Kesimpulan dari sistem *e-commerce* sebagai saluran penjualan online di RS. *Fashion* sebagai berikut:

1. Pembuatan Rumah Sakit dapat memanfaatkan e-commerce sebagai saluran penjualan online. Tujuan dari fashion berbasis web adalah untuk menyediakan aplikasi yang memfasilitasi keputusan pembelian klien pakaian.
2. Rumah Sakit menggunakan e-commerce sebagai sarana penjualan online. Lini fesyen ini ditujukan berbasis web sehingga memungkinkan pelanggan menggunakan internet dari mana saja dan mengetahui lebih jauh mengenai barang parfum yang dijual, sehingga memperluas jangkauan pemasaran produk.
3. Aplikasi penjualan ini memiliki fitur evaluasi produk yang memungkinkan pengguna yang telah membeli pakaian dapat membujuk calon pembeli untuk membeli barang yang ditawarkan. Evaluasi ini berupa kinerja nilai suatu produk, sehingga pembeli dapat memilih apakah produk yang ingin dipesan sesuai dengan kebutuhannya atau tidak.

Setelah sistem dibangun dan diuji dalam berbagai skenario yang diidentifikasi dalam penelitian ini, rekomendasi berikut dapat diberikan guna melanjutkan penelitian dan mengembangkan sistem:

1. Untuk mengatasi keterbatasan skala dan keamanan, disarankan untuk memigrasikan sistem *Customer Relationship Management* ke server produksi yang lebih andal dan aman.
2. Melakukan pengembangan dan perbaikan sistem secara berkelanjutan berdasarkan masukan dari pengguna dan analisis data penggunaan.
3. Aplikasi ini dapat dikembangkan seiring dengan kemajuan teknologi IT sehingga memungkinkan pemanfaatannya secara berkelanjutan.

REFERENCES

Gunadi, Wasis. "Pengembangan Kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Melalui Inkubator Bisnis." *Jurnal Ilmiah M-Progress* 8.1 (2021).

Irhan Agus Setiadi, & Asep Supriyanto. (2023). Implementasi Qr Code Untuk Efesiensi Antrian Makan Santri Di Ponpes Riyadhul Ulum Ujungbatu. *Journal of Computer Science*, *9*(1), 35–44. https://journal.upp.ac.id/index.php/rjocs/article/view/1760

Legiawan, M. K., & Alpalah, M. R. (2022). Pembangunan Aplikasi E-Commerce untuk Penjualan Paket Pendakian Agency Gunung Berbasis Web Mobile di Pulau Jawa. *Media Jurnal Informatika*, *14*(1), 20. https://doi.org/10.35194/mji.v14i1.2064.

Sonata, F.-. (2019). Pemanfaatan UML (Unified Modeling Language) Dalam Perancangan Sistem Informasi E-Commerce Jenis Customer-To-Customer. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, *8*(1), 22. https://doi.org/10.31504/komunika.v8i1.1832.

Yayu Kusdiana, Safrizal, Muhamad Rizki, & Riyan Afriadi. (2022). Pendampingan Pelatihan Penerapan E-Commerce dalam Usaha Peningkatan Penjualan Pada Lyna Risoles. *Joong-Ki : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *1*(2), 126–130. https://doi.org/10.56799/joongki.v1i2.216.