



JTKSI (Jurnal Teknologi Komputer dan Sistem Informasi)

JTKSI, Volume 5, Nomor 2, Mei 2022

E ISSN: 2620-3030; P ISSN: 2620-3022, pp.133-140

Accredited SINTA 4 Nomor 200/M/KPT/2020

<http://ojs.stmikpringsewu.ac.id/index.php/jtksi>

Received: 18 April 2022; Revised: 5 Mei 2022; Accepted: 9 Mei 2022

E-Commerce Web Design to Improve Marketing and Sales for Micro Small and Medium Enterprises During the Covid-19 Pandemic (Case study: Rokusan Addict's)

Jeremias Yohanes Semok Rahasomar¹, Dani Hamdani²

Program Studi Sistem Informasi, Universitas Widyatama, Bandung

Jl. Cikutra No.204A, Sukapada, Kec. Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia

E-Mail: jeremias.rahasomar@widyatama.ac.id¹, dani.hamdani@widyatama.ac.id²

Abstrak

Pemanfaatan metode pemasaran yang baik bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan dapat memudahkan penjual dan konsumen untuk menjangkau mereka bahkan di masa pandemi COVID-19. Terjadi penurunan minat masyarakat untuk membeli produk yang dipengaruhi oleh cara pemasaran yang manual. Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau yang sering disebut dengan e-commerce bagi perusahaan kecil dapat memberikan keleluasaan dalam produksi, memungkinkan pengiriman yang lebih cepat kepada pelanggan. Di masa pandemi, terjadi perubahan pola konsumsi barang dan jasa masyarakat dari offline menjadi online. Pelaku UMKM pasti mengalami kesulitan dalam mencapai target yang harus dicapai saat perekonomian terganggu. Perubahan pola tersebut harus diikuti oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk tetap bertahan dan berkembang sehingga mampu menghadapi kondisi new normal. Perancangan sistem ini didasarkan pada kebutuhan-kebutuhan pengguna yang ada dalam kegiatan bisnis terkait dengan kondisi penjualan dan pemasaran. Perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data, yang mencakup metode observasi dan metode wawancara. Proses analisis yang digunakan adalah PIECES ANALYSIS yang bertujuan untuk mengetahui kebutuhan database dan antarmuka pengguna. Desain sistem mencakup Desain, Implementasi, dan Pemeliharaan. Pada tahap pengujian, penelitian ini menggunakan pengujian Black Box untuk menguji hasil input dan output sudah sesuai atau tidak. Hasil dari keseluruhan menggunakan pengujian Black Box ini mencapai kesesuaian yang sempurna dan disimpulkan bahwa desain dari website e-commerce yang dibuat sudah dapat di terima dan memiliki fungsionalitas yang positif bagi pengguna.

Kata kunci: Rokusan Addict, E-commerce, Pemasaran, Covid-19

Abstract

The utilization of great marketing methods for MSMEs to increase sales can make it easier for sellers and consumers to reach them even during the COVID-19 pandemic. There is a decrease in public interest in purchasing products that are influenced by manual marketing methods. The utilization of information technology in running a business or frequently known as e-commerce for a small company can provide flexibility in production, enabling faster delivery to customers. During the pandemic, there was a change in the consumption pattern of people's goods and services from offline to online. MSME actors must have difficulty in achieving the targets that must be achieved when the economy is disrupted. This change in the pattern should be followed by Micro, Small, and Medium Enterprises to survive and develop so that they can face new normal conditions. The System Design is based on the needs of existing users in business activities related to Rokusan Addict's sales and marketing conditions. This design uses the data collection method, which includes the observation method and the interview method. The analysis process used is PIECES ANALYSIS and System Design which includes Design, Implementation, and Maintenance. At the testing stage, this study uses Black Box testing to test whether the input and output results are appropriate or not. The overall results of using this Black Box test achieved a perfect fit and it was concluded that the design of the e-commerce website created was acceptable and had positive functionality for users.

Keywords: Rokusan Addict's, E-commerce, Marketing, Covid-19

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan internet di era globalisasi ini sangat tinggi dan semakin meluas.

Dengan teknologi terkoneksi secara online tanpa batasan, baik teknologi informasi maupun internet diterapkan dalam bisnis di berbagai bidang perusahaan. Salah satunya untuk pemasaran dengan memanfaatkan teknologi yang ada, kegiatan pemasaran di perusahaan menjadi lebih mudah dan luas cakupannya. Tidak hanya bagi perusahaan yang mendapatkan keuntungan, namun konsumen juga lebih mudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai jasa dan produk yang ditawarkan perusahaan serta lebih mudah untuk memesan dan membeli. Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau yang sering disebut dengan e-commerce bagi perusahaan kecil dapat memberikan keleluasaan dalam produksi, memungkinkan pengiriman yang lebih cepat kepada pelanggan. Sehingga, e-commerce sebagai proses jual beli jasa dan barang secara elektronik dengan transaksi bisnis yang terkomputerisasi menggunakan internet, jaringan, dan teknologi digital lainnya[1].

Ketika corona virus melanda seluruh penjuru dunia termasuk Indonesia, berbagai bisnis di Indonesia merasa tertantang seperti banyaknya perusahaan yang mendapatkan kesulitan menjual atau memasarkan produknya maupun mengupayakan untuk mempertahankan perusahaannya supaya tetap berdiri. Salah satu yang terkena dampak dari *pandemic covid-19* yaitu industri UMKM atau usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia. Banyaknya pusat perbelanjaan yang tutup akibat pembatasan sosial berskala besar untuk memutus rantai penyebaran covid-19. UMKM memerlukan sebuah terobosan untuk terus meningkatkan pemasaran produk agar produknya bisa dikenal lebih luas dan lebih mudah untuk dipasarkan dari pada saat ini[2]. Salah satu inovasi tersebut adalah dengan menggunakan teknologi pemasaran yang dapat dengan mudah melintasi batas negara, yaitu teknologi informasi dan komunikasi. Dengan mewabahnya *pandemic covid-19* ini memunculkan ide-ide baru untuk melakukan penjualan maupun memasarkan produk melalui digital e-commerce, baik pelaku industri maupun industri UMKM yang beralih ke e-commerce. Ada banyak keuntungan dari e-commerce termasuk manfaat operasional seperti jangkauan global, pengurangan biaya, mengoptimalkan supply chain, dan membuka peluang bisnis[3].

Pemasaran dalam UMKM juga merupakan hal yang krusial. Karena jumlah pemasaran jasa atau produk dapat diketahui oleh masyarakat luas sehingga penjualan dan produktivitas dapat meningkat. Dari pemanfaatan teknologi saat ini, selain memiliki kemudahan dan kecepatan memperoleh informasi pasar, Sementara itu, pemasaran melalui media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan jangkauan diantaranya *Web, Blog, Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn, dan Youtube*[4]. Dengan diintegrasikan, pelaku UMKM memiliki kemudahan dan kecepatan dalam mengkomunikasikan atau mempromosikan usahanya kepada konsumen secara luas baik di dalam maupun di luar negeri. Selama ini promosi UMKM lebih banyak melalui pameran bersama dalam waktu dan tempat

yang terbatas, sehingga baik hubungan maupun transaksi dengan konsumen tidak dapat dijamin kesinambungannya. Hal itu terjadi karena jarak yang jauh atau kurangnya kendala intensitas komunikasi. Padahal faktor komunikasi dalam menjalankan bisnis sangat penting karena komunikasi akan menciptakan ikatan emosional yang kuat dengan pelanggan yang sudah ada, juga memungkinkan datangnya pelanggan baru. Pemanfaatan internet memungkinkan UMKM melakukan pemasaran dengan tujuan pasar global, sehingga peluang penetrasi ekspor terbuka lebar. Di Kabupaten Bogor banyak terdapat usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dan salah satunya adalah Rokusan Addict yang merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Hingga saat ini pembelian Rokusan Addict masih mengharuskan pembeli datang langsung ke lokasi.

Digitalisasi telah menjadi kebutuhan penting, sehingga memunculkan penggunaan e-learning, e-commerce, literasi digital, dan permintaan pengiriman. Namun, tidak bisa kita pungkiri adanya masalah digitalisasi UMKM. Di beberapa daerah terpencil, keterbatasan akses internet masih menjadi kendala. Pemahaman pelaku UMKM terhadap teknologi, keterbatasan pemasaran online, proses produksi, dan akses pasar online dinilai masih belum cukup optimal. Selain itu, konsumen masih merasa tidak aman dalam melakukan transaksi digital.

II. LANDASAN TEORI

A. Definisi Sistem Informasi

Sistem Informasi adalah suatu kombinasi teratur apapun dari *people* (orang), *hardware* (perangkat keras), *Software* (piranti lunak), *computer networks and data communications* (jaringan komunikasi), dan *database* (basis data) yang mengumpulkan, mengubah dan menyebarkan informasi di dalam suatu bentuk organisasi (O'Brien, 2005)[5].

B. Internet

Internet adalah fasilitas jaringan atau internetwork yang memiliki keberlakuan batasan dan kebijakan tertentu. Jaringan tersebut terhubung ke komputer untuk menyediakan pelayanan seperti pengaksesan *website, email, instant messaging, music* dan *video* secara *online*. Berkat adanya internet yang terhubung dengan sebuah teknologi digital berupa website e-commerce ini, telah membuat pembaruan sistem penjualan atau pembelian barang dan jasa naik dengan sangat signifikan. Dengan begitu website e-commerce memiliki tujuan, yaitu untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan pembeli, penjual maupun memasarkan produknya melalui internet selama masa *pandemic covid-19*.

C. Website

Website adalah kumpulan dari berbagai informasi dalam bentuk teks, suara maupun gambar yang tersimpan dan tersedia pada sebuah server web internet yang berbentuk *hypertext* (Simarmata, 2006 : 285)[6]. Website dibuat pertama kali oleh Tim Berners Lee pada tahun 1990. Website dapat digunakan berkat adanya internet, maka selama masa *pandemic covid-19* ini masyarakat luas menggunakan website sebagai

ruang untuk mencari dan mengumpulkan informasi terkini, contohnya seperti kemajuan teknologi digital untuk membuka dan sekaligus menjadi tempat yang mampu menampung sebuah aktifitas penjualan pada toko secara online atau juga dapat mencari informasi lapangan pekerjaan secara online melalui website.

D. E-Commerce

E-Commerce adalah suatu media penyedia perdagangan barang secara online, bisa berupa website ataupun aplikasi yang terhubung dengan internet (Hermawan, Kartajaya. 2002)[7]. E-Commerce menjadi tempat penjualan atau pembelian barang dan jasa, antara individu, publik, rumah tangga, atau perusahaan melalui komputer yang terhubung dengan jaringan internet. E-Commerce merupakan sebuah teknologi digital yang dibuat dan digunakan saat masa *pandemic covid-19* untuk menunjang aktifitas masyarakat luas seperti pembelian, penjualan serta pemasaran produk melalui jaringan internet pada desktop, smartphone, maupun tablet.

E. Pemasaran

Menurut, Assuari dan Sofjan (2011), Pemasaran yaitu sebuah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan melalui proses pertukaran barang maupun jasa. Definisi lain menyatakan, pemasaran adalah sebuah disiplin bisnis strategi dalam mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value dari satu insiator kepada *stakeholder*-nya (Hermawan, Kartajaya. 2002)[7].

F. Covid-19

Covid-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh jenis corona virus baru yaitu Sars-coV-2 ditemukan pertama kali di Wuhan, Tiongkok pada tanggal 31 desember 2019. Virus corona atau Covid-19 ini bisa menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan, infeksi paru-paru yang berat, bahkan kematian. Sampai dengan saat ini setidaknya ada lima jenis virus corona yang diidentifikasi pada manusia [8]. Tercatat jumlah kasus Covid-19 di Indonesia terus meningkat setiap harinya, per tanggal 30 maret 2021 jumlah kasus Covid-19 mencapai 1.505.775 kasus dengan angka kematian 40.754 kasus (Gugus Covid-19, 2021)[8].

III. METODE PENELITIAN

Dalam merancang sistem e-commerce tentang upaya meningkatkan penjualan Rokusan Addict, peneliti menggunakan metode penelitian yang disebut rekayasa perangkat lunak, dimana penelitiannya akan menerapkan pengetahuan ke dalam desain yang tampil sesuai dengan kebutuhan yang ditentukan. Bukti desain penelitian langsung untuk memenuhi spesifikasi yang dibutuhkan secara efektif dan efisien dengan biaya rendah. Penelitian ini berfokus pada perancangan sistem e-commerce berdasarkan kebutuhan penjual dan kebutuhan pengguna yang ada dalam aktivitas bisnis terkait dengan kondisi pemasaran dan penjualan Rokusan Addict.

A. Metode Pengumpulan Data

Berikut ini adalah metode pengumpulan data, yaitu:

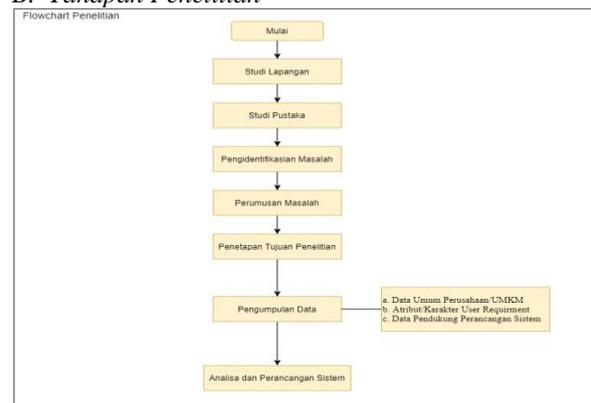
1. Metode Observasi

Cara pengumpulan data dengan mengamati secara langsung kegiatan-kegiatan objek yang diteliti [9]. Metode ini dilakukan dengan cara mengunjungi tempat dan observasi langsung di tempat kerja di Rokusan Addict seperti mengamati cara kerja, menganalisis fasilitas dan fasilitas kerja yang tersedia.

2. Metode Wawancara

Merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan sesi tanya jawab [9], untuk menggali informasi jika peneliti ingin melakukan tinjauan pendahuluan untuk dapat menemukan permasalahan yang diteliti. Metode ini dilakukan dengan melakukan sesi tanya jawab dengan narasumber langsung kepada pemilik Rokusan Addict.

B. Tahapan Penelitian



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Berikut adalah Langkah-langkah dari tahapan penelitian yang akan dilakukan dalam sebuah penelitian, yaitu:

1. Studi Lapangan

Sebuah langkah utama yang digunakan untuk mengumpulkan berbagai informasi tentang Rokusan Addict dan informasi yang diperoleh guna mendukung pembuatan website e-commerce dan juga perlunya dukungan dari teori yang diperoleh, berupa karya ilmiah tentang konsep dasar dan kelebihan yang ada dalam sebuah e-commerce.

2. Studi Pustaka

Salah satu cara untuk mencari solusi adalah dengan menggabungkan beberapa ide atau pendapat dengan praktisi yang ahli di bidang yang diteliti dan juga mencari referensi data atau informasi yang berkaitan dengan penelitian, hal ini dilakukan pada sistem pemantauan aset yaitu dengan membaca berbagai buku atau dengan melihat untuk referensi lain melalui internet.

3. Identifikasi Masalah

Pada studi lapangan yang harus dilakukan pada tahap sebelumnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi yang memiliki nilai manfaat bagi Rokusan Addict.

4. Rumusan Masalah

Cara penyelesaian masalah melalui pengumpulan dari berbagai informasi yang ada pada Rokusan Addict.

5. Tujuan Penelitian

Tahapan ini untuk menentukan tujuan penelitian pada perancangan website e-commerce pada Rokusan Addict yang berfungsi agar penelitian berjalan dengan lancar dan sistematis serta dapat mengetahui tingkat keberhasilan dari perancangan sistem yang dibuat. Tahap awal adalah membuat database sistem informasi kemudian akan dibuat desain awal sistem yang nantinya akan menjadi website e-commerce untuk memasarkan produk-produk dari Rokusan Addict.

6. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu proses untuk menampung berbagai informasi yang diperoleh sesuai dengan lokasi penelitian untuk menunjang kegiatan pembuatan website.

7. Analisa dan Desain Sistem

Proses analisa dan perancangan sistem ini dilakukan sebagai pendahuluan dari program yang akan dibuat.

C. Proses Analisis dan Desain Sistem

Tahap ini untuk mengetahui penyebab dan kebutuhan pengguna secara umum dengan menggunakan metode analisa PIECES. Tahap ini memiliki 2 subsistem, yaitu kebutuhan database untuk pengguna dan kebutuhan antarmuka pengguna.

1. PIECES ANALYSIS

Berikut adalah hasil dari analisa PIECES yang telah dibuat untuk memudahkan pengembangan sistem yang terkomputerisasi [10][11]:

a. Performance (Kinerja)

Tabel 1. Hasil Kinerja

Parameter	Hasil Analisa
Keseluruhan	Pengolahan data input belum efektif dan efisien. Oleh karena itu, diperlukan suatu sistem pengolahan input data yang memudahkan pengguna dalam pendataan aset dan pendataan penyusutan aset.

b. Information (Informasi)

Tabel 2. Hasil Informasi

Parameter	Hasil Analisa
Akurat	Penyajian informasi yang dilakukan masih kurang akurat, oleh karena itu diperlukan sistem komputerisasi berbasis website.

Relevan	Penyajian informasi yang dihasilkan kurang relevan. Oleh karena itu diperlukan suatu sistem yang terintegrasi agar penyampaian data dan informasi lebih mudah dan jelas kepada pihak yang membutuhkan.
----------------	--

c. Economy (Ekonomi)

Tabel 3. Hasil Ekonomi

Parameter	Hasil Analisa
Biaya	Biaya ekonomi, tenaga kerja, dan waktu yang keluar ada dalam pencatatan data aset karena tercatat di buku dan Ms. Excel.

d. Control (Kontrol)

Tabel 4. Hasil Kontrol

Parameter	Hasil Analisa
Kontrol Sistem	Kontrol sistem input data aset masih tercatat dan dalam Ms. Excel, sehingga sistem yang ada saat ini membutuhkan sistem kontrol yang memudahkan pengguna.

e. Efficiency (Efisiensi)

Tabel 5. Hasil Efisiensi

Parameter	Hasil Analisa
Sumber Daya Biaya	Pencatatan data di buku dan menggunakan tinta pulpen sangat berlebihan saat merekam data aset, apalagi jika terjadi kesalahan dalam pencatatan data.

Sumber Daya Tenaga	Pengerjaan dilakukan oleh satu orang staf, sehingga dapat memakan waktu yang cukup lama dan harus menunggu lebih lama lagi sampai laporan siap disajikan, sehingga memperlambat pekerjaan.
---------------------------	--

f. Service (Pelayanan)

Tabel 6. Hasil Pelayanan

Parameter	Hasil Analisa
Proses Laporan	Proses pelayanan sistem yang ada saat ini masih belum efektif sehingga sering terjadi kesalahan dalam pendataan aset.

2. Desain

Pada tahap ini perancangan merupakan gambaran lengkap dari spesifikasi sistem yang dibuat sebagai dasar rekomendasi kebutuhan suatu sistem pada tahap sebelumnya. Berikut ini adalah langkah-langkah pada tahap desain, yaitu:

- Membuat *Entity Relationship Diagram* (ERD).

- Membuat *Data Flow Diagram* (DFD).
- Membuat subsistem basis data adalah kemampuan sistem untuk menyimpan data dan mengintegrasikannya sehingga dapat dirumuskan atau dihitung.
- Subsistem antarmuka pengguna adalah bentuk tampilan grafis yang berhubungan langsung dengan pengguna atau pengguna yang berfungsi untuk menghubungkan pengguna dengan sistem operasi.

3. Implementasi

Tahap implementasi merupakan tahapan dari semua hasil desain yang dibuat dalam bentuk website melalui program *CMS Wordpress.org*.

4. Pemeliharaan

Tahap *maintenance* merupakan langkah terakhir dalam SDLC, dimana pada tahap ini sistem akan diperbaiki dan ditingkatkan secara sistematis. Hasilnya akan menjadi pembaruan versi seperti adanya penambahan fitur dan sebagainya dari software yang telah dibuat.

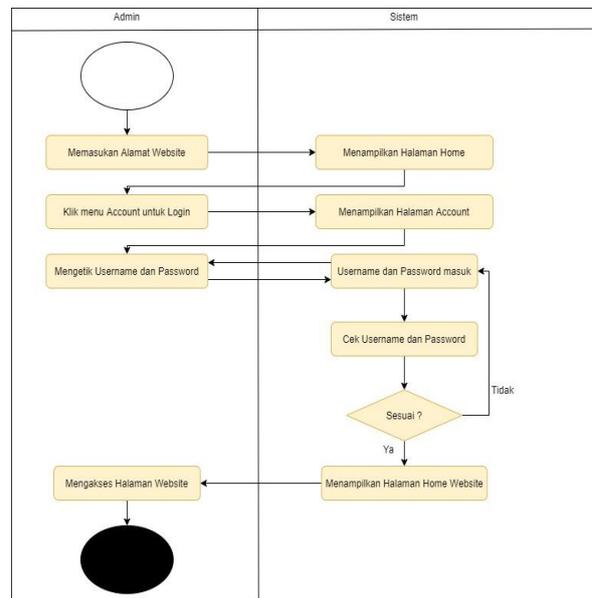
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Activity Diagram

Activity diagram merupakan gambaran atau alur pada urutan kerja sebuah sistem untuk menunjukkan tindakan dan aktifitas. Diagram aktifitas dapat mengurutkan proses kegiatan yang sedang dilakukan atau dirancang, seperti untuk memulai, pengambilan keputusan yang dimungkinkan terjadi, dan menghasilkan sebuah hasil akhir.

1. Activity Diagram Admin

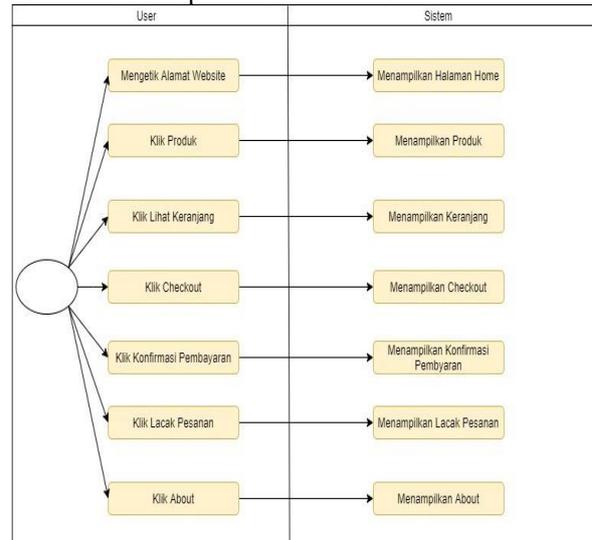
Admin memasukkan alamat website. Sistem mengarahkan admin dan menampilkan halaman home. Admin klik menu account untuk login. Sistem mengarahkan admin dan menampilkan halaman *account*. Admin mengetik username dan password. Sistem menyesuaikan username dan password admin. Jika tidak sesuai, admin akan diarahkan sistem untuk mengetik ulang kembali username dan password. Jika sesuai, admin akan diarahkan dan sistem akan menampilkan halaman home pada website. Admin dapat mengakses dan mengelola berbagai halaman pada website [12].



Gambar 2. Activity Diagram Admin

2. Activity Diagram User

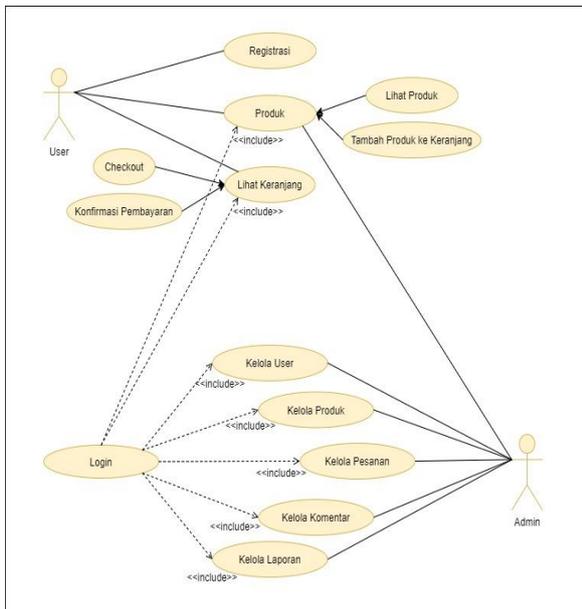
User mengetik alamat website. Sistem mengarahkan user dan menampilkan halaman home. User klik produk. Sistem mengarahkan user dan menampilkan halaman produk. User klik lihat keranjang. Sistem mengarahkan user dan menampilkan halaman keranjang. User klik checkout. Sistem mengarahkan user dan menampilkan halaman checkout. User klik konfirmasi pembayaran. Sistem mengarahkan user dan menampilkan halaman konfirmasi pembayaran. User klik lacak pesanan. Sistem mengarahkan user dan menampilkan halaman lacak pesanan. User klik about. Sistem mengarahkan user dan menampilkan halaman about.



Gambar 3. Activity Diagram User

B. Use Case Diagram

Use case diagram merupakan suatu model yang sangat fungsional untuk membangun sebuah sistem yang didalamnya terdapat actor dan use case. Selain itu, pengertian dari use case sendiri adalah fungsi-fungsi yang terdapat pada sebuah sistem yang akan digunakan oleh pengguna. Berikut adalah gambar dari use case diagram admin dan user [12].



Gambar 4. Use Case Diagram Website

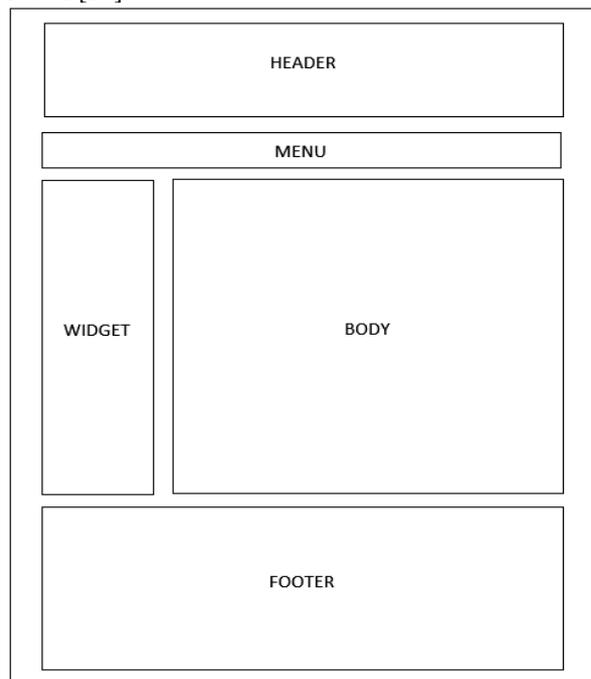
User klik menu register untuk mendaftarkan diri dan user akan di antar oleh sistem ke halaman Register dan sistem akan menampilkan form register. User memasukkan data diri secara lengkap dan sistem akan memvalidasi data yang dimasukan oleh user, data yang dimasukan oleh user tidak boleh sama dengan data yang terdaftar sebelumnya. Data yang benar atau sudah valid akan di proses oleh sistem untuk disimpan kedalam database user. Jika sukses, informasi registrasi akan tampil dan user dapat login. User klik Produk, sistem akan menampilkan produk untuk dilihat user dan jika sudah memilih produk, user dapat menambahkan produk ke keranjang belanja. User klik lihat keranjang atau cart, sistem akan menampilkan keranjang belanja lalu user dapat klik checkout untuk melakukan proses selanjutnya seperti pengisian data alamat untuk pengiriman dan mengkonfirmasi pembelian. User menyetujui pembelian dengan klik buat pesanan dan dialihkan ke halaman pesanan diterima. User melakukan pembayaran dan melakukan konfirmasi pembayaran menggunakan bukti struk pembayaran dengan mengklik menu konfirmasi pembayaran, dengan begitu sistem akan mengalihkan user ke halaman whatsapp untuk mengkonfirmasi pembayaran. Admin yang sudah login masuk dapat mengelola halaman user. Admin akan diantar sistem ke halaman user dan sistem akan menampilkan data user.

Admin dapat mengelola data user seperti melihat, mengubah dan menghapusnya. Admin dapat melakukan pembaruan data untuk memperbarui data yang lama menjadi yang baru dan sistem akan mevalidasi apa yang dilakukan oleh admin. Admin masuk ke halaman produk. Admin diantarkan sistem ke halaman produk dan sistem menampilkan data produk. Admin dapat menambahkan data maupun produk yang akan dijual dengan klik tambah baru. Sistem akan mengantarkan admin ke halaman tambah produk baru. Admin memasukkan data produk baru pada tempat yang disediakan. Sistem akan memvalidasi data yang dimasukan admin, jika valid

maka data produk baru akan tersimpan dan sistem akan menampilkan informasi bahwa pengisian produk data baru telah berhasil. Admin masuk ke halaman transaksi. Admin akan di antarkan oleh sistem ke halaman pesanan dan sistem menampilkan data pesanan. Admin dapat mengubah status pesanan produk yang dibeli oleh user. Sistem dapat memvalidasi dan mengupdate status pesanan yang telah diubah oleh admin dan mengirimkan pesan berupa informasi melalui email user yaitu berisi status pesanan sedang diproses, selesai, dan dibatalkan. Admin masuk ke halaman komentar. Admin akan diarahkan sistem ke halaman komentar dan sistem menampilkan data komentar. Admin dapat melihat dan menghapus komentar serta dapat melakukan penyetujuan atau penolakan komentar yang akan dipublish kedalam ulasan produk. Admin masuk ke halaman laporan. Admin di antarkan sistem ke halaman laporan dan menampilkan data laporan. Admin dapat membuat laporan mingguan seperti memasukan data user, produk, pesanan, dan komentar melalui masing-masing halaman data yang dikelola oleh admin.

C. Layout Website Rokusan Addict

Gambar dibawah ini adalah rancangan website pada Rokusan Addict yang berupa desain layout pada penempatan kerangka header, menu, widget, body dan footer. Dari desain layout tersebut menggambarkan bayang-bayang dari tiap halaman akan didasari dengan penempatan kerangka header, menu, widget, body dan footer [13].



Gambar 5. Layout website Rokusan Addict

D. Hasil Rancangan

Hasil rancangan pada Rokusan Addict ini berupa website e-commerce berdasarkan hasil penelitian dan perancangan yang sudah dibuat. Berikut hasil dari pembuatan website e-commerce pada Rokusan Addict:

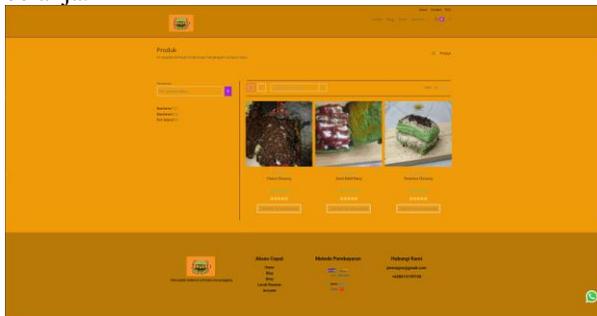
- Tampilan Antarmuka

Halaman home atau dashboard adalah halaman utama yang terlihat dan dapat diakses oleh admin, user atau pengguna website. Di halaman ini, pengguna dapat melihat beberapa varian produk yang dijual oleh Rokusan Addict.



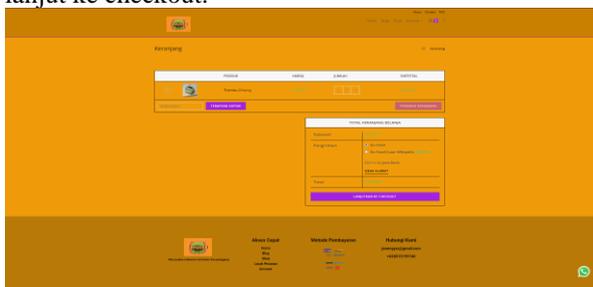
Gambar 6. Tampilan Halaman Home

Halaman untuk memilih berbagai varian produk yang tersedia. Tata cara belanja dengan kunjungi website, lalu tekan menu “shop”, tekan “Quick View” untuk melihat detail produk, tekan “tambahkan ke keranjang” untuk memasukkan produk ke keranjang belanja.



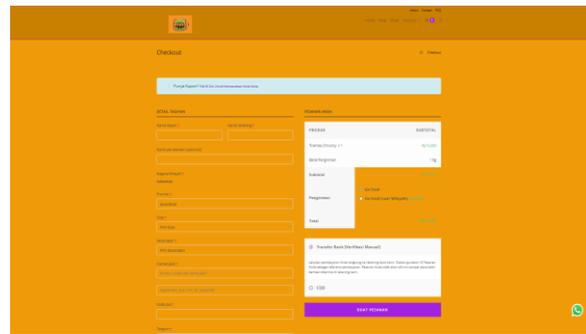
Gambar 7. Halaman Produk

Halaman yang digunakan jika pengguna ingin menambah atau mengurangi pesanan. Pengguna dapat memasukan kupon (bila punya) tetapi kupon hanya di dapat saat Rokusan buka di tanggal 6 di tiap bulannya. Jenis pengiriman saat ini yang tersedia yaitu Go-jek, lanjut ke checkout.



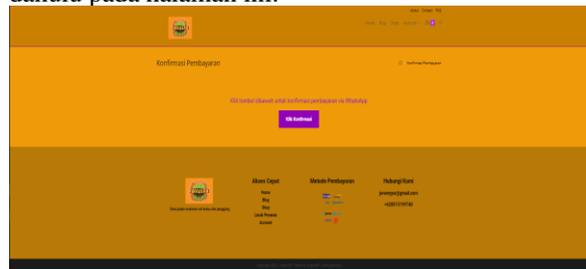
Gambar 8. Halaman Keranjang

Pada halaman ini pengguna dapat memasukan identitas diri, alamat pengguna atau alamat pengantaran, juga tersedia kolom username dan password (jika pengguna membeli terdahulu sebelum membuat akun atau login). Catatan pesanan tersedia apa bila diperlukan oleh pengguna. Pilih metode pembayaran dan klik buat pesanan.



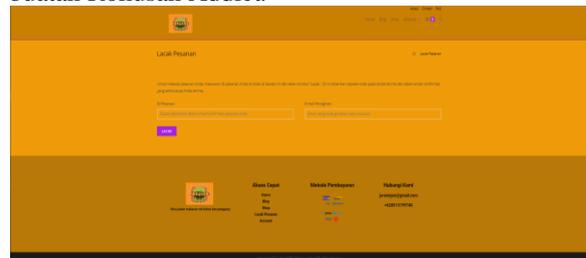
Gambar 9. Halaman Checkout

Jika pengguna sudah melakukan pembayaran, user wajib melakukan konfirmasi pembayaran terlebih dahulu pada halaman ini.



Gambar 10. Halaman Konfirmasi Pembayaran

Halaman ini adalah sebuah layanan yang dibuat untuk melacak pesanan. Lacak pesanan dari tab “account” lalu “lacak pesanan”, menunggu produk sampai kerumah, dan nikmati rasa roti kukus panggang buatan Rokusan Addict.



Gambar 11. Halaman Lacak Pesanan

Pengguna dapat melihat profil tentang Rokusan Addict pada halaman ini.



Gambar 12. Halaman About

E. Hasil Uji Black Box

Pengujian dari website ini menggunakan Black Box Testing. Black Box Testing ini tidak hanya sekali dilakukan oleh tester namun dapat dilakukan berkali-kali. Setiap menunya akan dilakukan pengujian berdasarkan rancangan pada pembuatan website Rokusan Addict, yang rancangannya tersebut apakah sudah sesuai atau tidak [14].

Tabel 7. Uji Black Box

Halaman	Pengujian	Input	Output	Hasil
	Memasukan alamat https://rokusanaddict.my.id	Mengetik alamat Website	Halaman Website ditampilkan	Sesuai
	mengklik menu home	Klik Home	Halaman Home ditampilkan	Sesuai
	mengklik menu produk/shop	Klik Produk/Shop	Halaman Produk ditampilkan	Sesuai
Halaman Utama	mengklik menu keranjang	Klik keranjang	Halaman Keranjang ditampilkan	Sesuai
	mengklik menu checkout	Klik Checkout	Halaman Checkout ditampilkan	Sesuai
	mengklik menu pembayaran	Klik Konfirmasi Pembayaran	Halaman Konfirmasi Pembayaran ditampilkan	Sesuai
	mengklik menu info/about	Klik About	Halaman About ditampilkan	Sesuai

V. KESIMPULAN

E-Commerce dalam dunia bisnis adalah penggunaan teknologi terkini seperti internet untuk mempermudah kegiatan bisnis. Dengan menggunakan e-commerce, kita bisa mendapatkan beberapa keuntungan seperti layanan pelanggan dan citra perusahaan yang baik, mencari mitra bisnis baru, membuat proses lebih sederhana serta waktu terkompresi, juga dapat meningkatkan produktivitas, dan memudahkan pengaksesan informasi yang jauh lebih cepat. E-Commerce pun menjadi suatu faktor kepercayaan yaitu seperti kritis dalam e-commerce, terutama mengenai kepercayaan kompetensi dan kepercayaan niat baik. Dengan adanya kegiatan penelitian terhadap meningkatkan pemasaran dan penjualan bagi UMKM selama *pandemic covid-19* pada Rokusan Addict ini menghasilkan sebuah rancangan website e-commerce yang memiliki beberapa fungsi seperti memasarkan produk-produk dari Rokusan Addict, menjual produk-produk Rokusan Addict melalui website, juga sudah terintegrasi dengan media sosial seperti Instagram maupun whatsapp. Keseluruhan tampilan sudah di terima dan fungsionalitas website Rokusan Addict yang pengujiannya menggunakan metode Black Box dapat berjalan sesuai dengan aturan, namun masih banyak yang harus dibenahi untuk menarik pengguna secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. Wahyuni, A. Irman, S. Mutaqin, and A. Gunawan, "Pengenalan Dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce," *J. Pengabd. Din.*, vol. 6, no. 1, 2019.
- [2] 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.
- [3] A. Dwijayanti and P. Pramesti, "Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek Beradek di masa Pandemi Covid-19," *Ikra-Ith Abdimas*, vol. 4, no. 2, pp. 68–73, 2020, [Online]. Available: <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/download/982/772>
- [4] Y. Cahyana, "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Upaya dalam Meningkatkan Pemasaran Penjualan Tahu Gejrot Desa Bojongsari," *Ikra-Ith Abdimas*, vol. 5, no. 1, pp. 158–161, 2022, [Online]. Available: <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/download/1611/1320>
- [5] S. M. Maulana, H. Susilo, and Riyadi, "Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang)," *J. Adm. Bisnis*, vol. 29, no. 1, pp. 1–9, 2015.
- [6] D. R. Wardhani, "Dukungan Database Dalam Membangun Website Dinamis Yang Interaktif," *J. Imiah Fakt. Exacta*, vol. 4, no. 1, pp. 29–36, 2011.
- [7] F. R. Lupi and Nurdin, "Analisis strategi pemasaran dan penjualan," *J. Elektron. Sist. Inf. dan Komput.*, vol. 2, no. 1, pp. 20–31, 2016.
- [8] I. A. Nafrin and H. Hudaidah, "Perkembangan Pendidikan Indonesia di Masa Pandemi Covid-19," *Edukatif J. Ilmu Pendidik.*, vol. 3, no. 2, pp. 456–462, 2021, doi: 10.31004/edukatif.v3i2.324.
- [9] R. M., "Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif," *Anim. Genet.*, vol. 39, no. 5, pp. 1–4, 2011.
- [10] W. Warjiyono, F. Fandhilah, A. N. Rais, and A. Ishaq, "Metode FAST & Framework PIECES : Analisis & Desain Sistem Informasi Penjualan Berbasis Website," *Indones. J. Softw. Eng.*, vol. 6, no. 2, pp. 172–181, 2020,

- doi: 10.31294/ijse.v6i2.8988.
- [11] W. Marleen, "Analisis Website Menggunakan Metode PIECES di PT Majapahit Teknologi Nusantara," *J. Ilm. Komputasi*, vol. 19, no. 4, Dec. 2020, doi: 10.32409/jikstik.19.4.335.
- [12] S. Kosasi, "Perancangan Sistem E-Commerce Untuk Produk Pembuatan Kue," *CSRID (Computer Sci. Res. Its Dev. Journal)*, vol. 7, no. 1, p. 57, 2015, doi: 10.22303/csrid.7.1.2015.57-67.
- [13] E. Dewi, "Perancangan Redesain Antarmuka Landing Page Web Inablues Berbasis Desain Web Responsif Redesign of Landing Page Web Inablues Interface Design Based on Responsive Web Design," *Incomtech*, vol. 7, no. 1, pp. 31–37, 2018.
- [14] B. Pramitasari and N. Nurgiyatna, "Sistem Informasi Unit Kegiatan Mahasiswa Marching Band Universitas Muhammadiyah Surakarta Berbasis Web," *Emit. J. Tek. Elektro*, vol. 19, no. 2, pp. 59–65, 2019, doi: 10.23917/emit.v19i2.7998.