

## PENERAPAN E-COMMERCE DALAM MENUNJANG PENJUALAN DOC (DAY OLD CHICK) ASP BREEDING FARM

Tri Septiar Syamfithriani, M.Kom  
Fakultas Ilmu Komputer  
Sistem Informasi Universitas Kuningan  
[3septiar11@gmail.com](mailto:3septiar11@gmail.com)

### Abstrak

*Perdagangan melalui internet merupakan peluang usaha yang menjanjikan serta sedang menjadi trend masa kini. Kemudahan dalam proses jual beli dan transaksi menggunakan dukungan teknologi menjadikan perdagangan e-commerce berkembang pesat. ASP Breeding Farm merupakan perusahaan yang bergerak di bidang poultry shop, yang menghasilkan produk berupa DOC (day old chick), akan tetapi penjualan dan pemasarannya masih menggunakan cara tradisional atau konvensional secara offline tanpa menggunakan media internet, akibatnya pasarnya masih terbatas. Oleh karena itu penelitian ini akan mengembangkan proses pemasaran dan penjualan dari cara konvensional ke cara digital yakni memanfaatkan teknologi internet, yakni membangun e-commerce bertujuan untuk mengembangkan pangsa pasar dan penjualan. Pengembangan e-commerce menggunakan content management system tomatocart*

*Kata Kunci : e-commerce, doc, internet*

*Trading via the internet is a promising business opportunity and is becoming a trend nowadays. The ease in the process of buying and selling and transactions using technology support makes e-commerce trading growing rapidly. ASP Breeding Farm is a company engaged in the field of poultry shop, which produces products in the form of DOC (day old chick), but sales and marketing are still using traditional or conventional methods offline without using internet media, consequently the market is still limited. Therefore this research will develop the marketing and sales process from the conventional way to the digital way that is utilizing internet technology, namely building e-commerce aimed at developing market share and sales. The development of e-commerce uses tomatocart's content management system*

*keyword : e-commerce, doc, internet*

### 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan informasi semakin berkembang dari zaman ke zaman. Hal tersebut dirasakan pula oleh para pelaku bisnis, khususnya kegiatan jual beli produk/jasa. Sehingga menuntut pelaku bisnis untuk merespon perkembangan yang terjadi, dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan, pemasaran dan memperluas kegiatan jual beli.

Dengan perkembangan tersebut, maka persaingan antar pelaku bisnis yang akhir – akhir ini semakin marak terjadi. Hal itu dikarenakan munculnya pesaing – pesaing baru yang memiliki kualitas yang lebih baik ataupun prasarana yang lebih memadai. Untuk itu perlu ditingkatkan kegiatan penjualan dan pemasaran yang dibutuhkan oleh pelaku bisnis untuk memperluas area pemasaran.

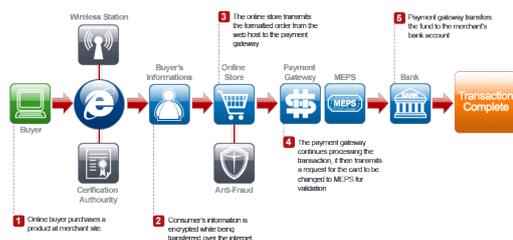
Perdagangan elektronik sebagai suatu pasar baru yang menawarkan komoditas jenis baru yaitu produk-produk digital melalui proses digital. Penjual produk-produk fisik juga dipengaruhi oleh proses digital ini, seperti: pemesanan online, riset pasar dan penyelesaian pembayaran merupakan bagian dari pasar baru ini[1]. *Aplikasi e-commerce* merupakan strategi yang tepat untuk dikembangkan di para pelaku bisnis mengingat perkembangan teknologi saat ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu ASP Breeding Farm mempromosikan dan mengenalkan produk menggunakan koneksi internet secara online kepada masyarakat (pelanggan). Selain itu memberikan informasi tentang semua data yang ada didalam sistem tersebut seperti informasi perusahaan, kontak person, katalog barang, pembayaran, dan pengiriman barang. Pada akhirnya diharapkan penelitian ini mampu membantu penjualan produk yang dapat di akses 24 jam tanpa mengenal batas waktu dan tempat.

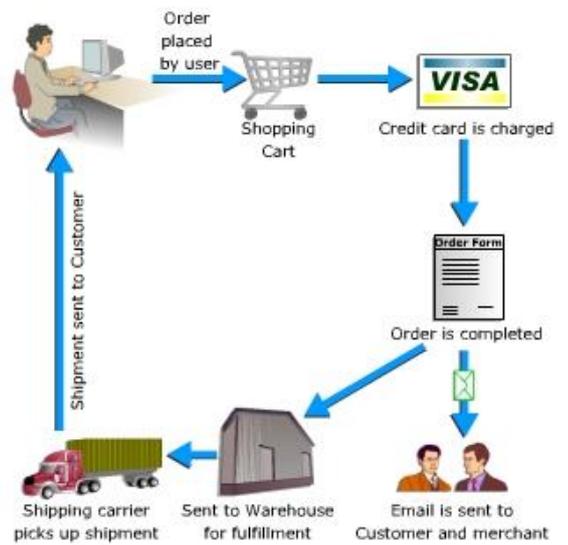
## 2. Metodologi Penelitian

Perdagangan elektronik atau yang disebut juga e-commerce, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan populer dari e-commerce adalah penggunaan internet dan komputer dengan browser Web untuk membeli dan menjual produk. [2]

Dibawah ini adalah gambar alur kerja e-commerce (gambar 1) dan gambar cara kerja e-commerce (gambar 2)

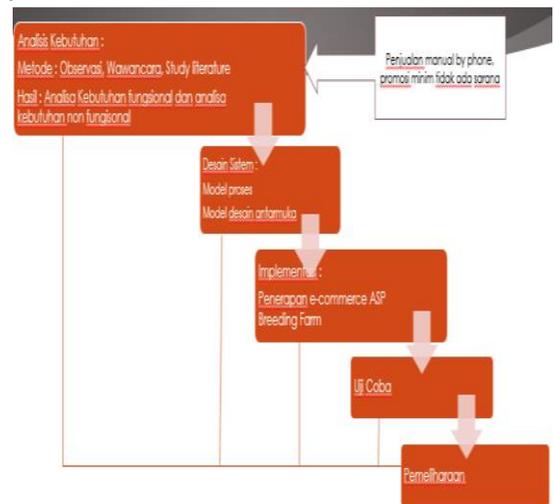


Gambar 1 Alur kerja e-commerce



Gambar 1.2 Cara Kerja e-commerce

Pengembangan e-commerce meracu pada metode waterfall, seperti dibawah ini :



Gambar 3 Metodologi Penelitian

## 3. Hasil dan pembahasan

Berikut ini adalah hasil analisis dengan menggunakan tool SWOT.

Tabel 1. Analisis SWOT

	Helpful	Harmful
Interna 1	Strength : 1. Memiliki hubungan	Weakness : 1. Perusahaan baru berkembang,

	n yang sehat dengan mitra. 2. Memilik tempat penetasan dengan teknologi baik 3. Sumber daya manusia yang kompeten	brand belum terpromosi dengan maksimal
Eksternal	Opprtunities : 1. Banyak pihak yang membutuhkan produk ini 2. Persaingan harga yang kompetitif	Threats : 1. Cuaca buruk 2. Produk pengganti 3. Perekonomian global 4. Regulasi pemerintah

Efficiency	Pertukaran informasi membutuhkan waktu lama
Service	Pelayanan kurang mampu menangani masalah waktu

Pengembangan e-commerce menggunakan pendekatan konsep e-commerce diantaranya :

1. Automation : mengembangkan system otomatisasi penjualan.
2. Streamling/integration : mengintergrasikan informasi antara penjual dengan pembeli meliputi order barang, pengiriman barang.
3. Publishing : memberikan informasi seputar produk, dan media untuk promosi produk.
4. Interaction : pertukaran informasi menggunakan e-mail dan system sehingga meminimalkan resiko human error dan tercapai informasi yang akurat dan tepat waktu.
5. Transaction : proses pembayaran terpantau sehingga tingkat akurasi tinggi meminimalkan kerugian.

Adapun hasil dapat dilihat pada gambar 3 dibawah.

Sedangkan analisis PIECES menghasilkan data sebagai berikut :

Tabel 2 Analisis PIECES

Analisis PIECES	Sistem yang sedang berjalan
Performance	Kurang responsive dan cepat tanggap
Information	Pertukaran Informasi kurang tepat waktu
Economic	Kurang mengalami peningkatan keuntungan
Control	Kurang cepat dalam memberikan informasi



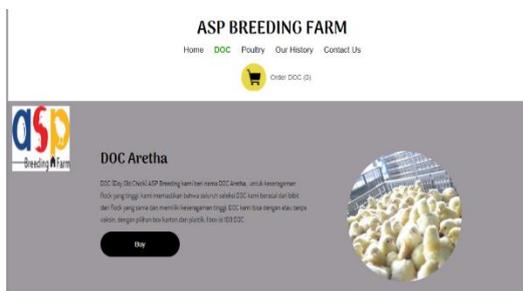
Gambar 3 Tampilan Depan Website

Konten Poultry adalah katalog produk DOC yang lengkap, deskripsi, harga, dan informasi DOC. Pelanggan dapat mempelajari produk kami di konten ini, sehingga penawaran dan promosi dapat cepat tanggap dan responsive, sehingga memudahkan dalam proses penjualan.

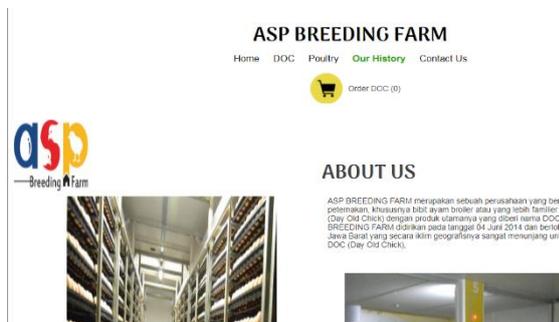


Gambar 4 Poultry

Dibawah ini adalah tampilan DOC, berisi mengenai informasi DOC sebagai produk unggulan, menghadirkan informasi yang akurat dan tepat.

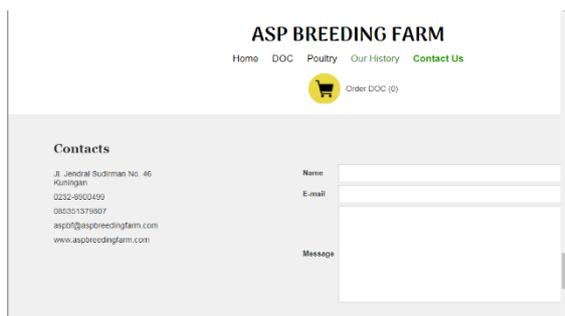


Gambar 5 Konten DOC



Gambar 6 Our History

Pada gambar di atas adalah konten our history fungsinya untuk meyakinkan pelanggan terhadap produk yang di jual.



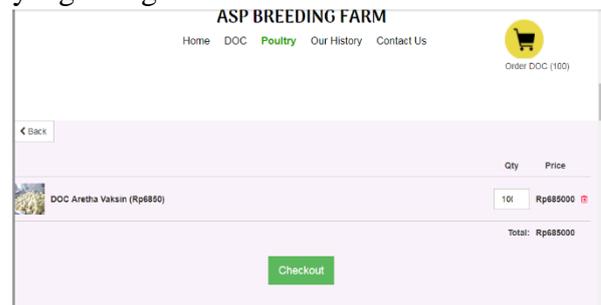
Gambar 7 Contact Us

Gambar di atas adalah konten contact us yang berfungsi untuk komunikasi dua arah secara pribadi dengan menggunakan media e-mail, pertukaran informasi yang efektif dan efisien.



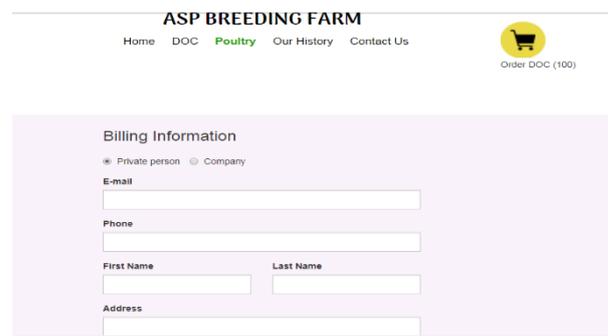
Gambar 8 Deskripsi poultry

Gambar di atas adalah tampilan pelanggan untuk melakukan order dan memilih produk yang di inginkan.



Gambar 9 Checkout order

Gambar di atas adalah tampilan checkout order produk sehingga terlihat transparansi pembayaran yang harus di lakukan.

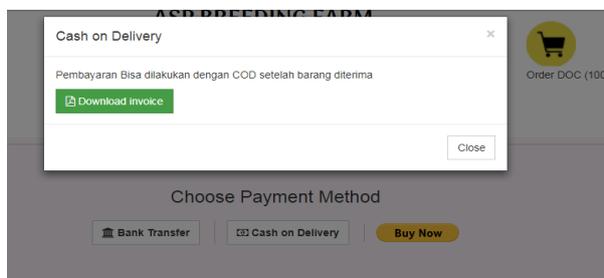


Gambar 10 Pembayaran

Gambar di atas adalah tampilan untuk memilih cara pembayaran yang sesuai dengan keinginan.



Gambar 11 invoice



Gamnar 11 Informasi pembayaran

#### 4. Kesimpulan

Penelitian ini dikembangkan sesuai kebutuhan saat ini, menerapkan aplikasi

e-commerce untuk membantu dalam penjualan sebuah produk DOC (day old chick), e-commerce ini menjadi media promosi untuk meningkatkan penjualan, mendapatkan pelanggan tanpa batas, dan menciptakan brand tersendiri, sehingga tercipta pertukaran informasi yang cepat, akurat dan tepat.

#### 5. Saran

Selanjutnya dikembangkan konsep e-business untuk mengintegrasikan keseluruhan system, dan proses bisnis.

#### Daftar Pustaka

- [1] Choi, S.Y., Stahl, D.O. & Whinston, A.B. (2003). The economics of Electronic Commerce: Essential Economics for Doing Business in the Electronic Marketplace. Macmillan Technical Publishing. Versi online
- [2] McLeod Pearson. 2008. Sistem Informasi Manajemen. Salemba. Jakarta.