

Peranan *E Commerce* Berbasis *Website* Terhadap Pemasaran Dan Penjualan Bulu Mata Untuk Meningkatkan Daya Saing (Studi kasus: PT. Best Lady Bulu Mata Purbalingga)

Ria Manurung¹, Tetty Tiurma Uli Sipahutar²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Yos Sudarso, Universitas Prima Indonesia

ria.manurung74@gmail.com, ratuhapis.tetty@gmail.com

Abstrak

PT. Best Lady merupakan perusahaan industri yang bergerak di bidang produksi dan penjualan bulu mata tiruan. Salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing adalah menggunakan media pemasaran yang tepat yang menggabungkan antara media pemasaran *offline* dan *online*. Media pemasaran dan penjualan yang dimiliki oleh PT. Best Lady masih konvensional yaitu secara *offline*. Pemasaran menggunakan sarana media sosial seperti *Facebook*, *WA*, *Instagram*, *Twitter* dan *marketing* ke salon-salon sehingga pertumbuhan pasarnya sangat lambat. Pada saat terjadi penjualan sering ada penjual barang *reject* atau limbah dengan harga sangat murah serta dengan kualitas jelek sehingga merusak harga pasar. Tujuan penelitian membantu PT. Best Lady melengkapi media pemasaran dan penjualan secara *online* berbasis *website* untuk memperluas pangsa pasar serta mempercepat laju penjualan. Tahap yang dilakukan adalah analisis *e-commerce platform*, pendaftaran, pelatihan dan pendampingan penggunaan *e-commerce platform*, serta dilakukan pemantauan dan rekapitulasi hasil penjualan melalui *e-commerce platform* tersebut. Hasil penelitian dari 39 responden yang dipilih dari para karyawan pemasaran, penjualan, administrasi dan pelanggan menyatakan bahwa 96,3 % memiliki daya kegunaan, 98% mudah dipelajari baik oleh konsumen maupun pengelola *website*, 93% lebih efisien dalam pelaporan, dan 93% dapat diterima dengan baik. Situs *e-commerce* ini dapat diakses oleh seluruh pengguna internet untuk memperbesar jumlah konsumen dan mempermudah PT. Best Lady dalam melakukan penjualan bulu mata dan juga mempermudah pelaporan penjualan yang dibutuhkan.

Kata Kunci : *e-commerce*, pemasaran, penjualan, *website*, Produk

Abstract

PT. Best Lady is an industrial company engaged in the production and sale of artificial eyelashes. One strategy to increase competitiveness is to use the right marketing media that combines offline and online marketing media. Marketing and sales media owned by PT. Best Lady is still conventional, namely offline. Marketing uses social media tools such as Facebook, WA, Instagram, Twitter, and marketing to salons, so that market growth is prolonged. At the time of sale, sellers often reject or waste goods at meager prices and poor quality, damaging the market price. The research objective is to help PT. Best Lady complements website-based online marketing and sales media to expand market share and accelerate sales. The stages carried out are analysis of the e-commerce platform, registration, training, and assistance in using the e-commerce platform, and monitoring and recapitulating sales results through the e-commerce platform. The study results from 39 respondents who were selected from marketing, sales, administration, and customer employees stated that 96.3% had usability, 98% was easy to learn by both consumers and

website managers, 93% more efficient in reporting 93% acceptable. Well. All internet users can access this e-commerce site to increase the number of consumers and make it easier for PT. Best Lady in selling eyelashes and also simplifying the sales were reporting needed.

Keywords: *e-commerce, marketing, sales, website, products*

1. PENDAHULUAN

Teknologi sekarang baik komputer maupun internet dari tahun ke tahun semakin berkembang pesat. Teknologi informasi zaman 4.0 sekarang ini telah dikembangkan dan sudah menggunakan koneksi internet sebagai salah satu komponen penting. Banyak aspek kegiatan masyarakat yang ditopang oleh teknologi internet seperti *fintech* dengan model *e-money* untuk pembayaran dan masih banyak hal lainnya. (Paath & Manurung, 2019) *Website* menjadi salah satu bagian dari pemanfaatan internet yang semakin cepat dan populer. *Website* dapat membantu dalam beberapa permasalahan yang terjadi terutama di bidang sistem informasi baik pemasaran maupun penjualan. *Website* menciptakan sebuah sistem yang lebih efisien, terjangkau dan dapat mengatur kebutuhan para pelaku bisnis dengan lebih baik. (Sudaryono & Efana Rahwanto, 2020)

Zaman IT 4.0 yang semakin canggih menjadikan hampir semua orang familiar dengan internet, karena internet dapat digunakan sebagai sarana jual beli produk, jasa, dan media informasi yang lengkap secara *online*. (Supriyanta & Nurhayati, 2018) Perkembangan teknologi yang semakin pesat, transaksi keuangan melalui internet telah bertumbuh semakin cepat dan lebih dikenal dengan istilah *e-commerce* yaitu terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli dengan wadah internet sebagai *market space*. Perkembangan teknologi yang sangat cepat menjadikan internet semakin unggul, semakin cepat dalam penggunaannya, mudah diakses, biaya yang murah dan tidak ada batas waktu untuk membuatnya membuat semakin banyak pebisnis yang berkecimpung ke dalam *e-commerce* tersebut. (Kasmi & Candra, 2017)

PT. Best Lady berlokasi di Jl. Letnan Sudani Rt.06 Rw.01 Kelurahan Kembaran Kulon, Purbalingga dan sudah berdiri sekitar 26 th. Area penjualan di seluruh Indonesia dan jumlah karyawan di perusahaan hampir 150 orang. Data pekerja yang bekerja di luar baik itu kemitraan, ataupun plasma sekitar 11.000 pekerja. PT. Best Lady memproduksi bulu mata dan produksi per hari bisa mencapai sekitar 20.000 bulu mata. PT. Best Lady merupakan perusahaan industri yang bergerak di bidang produksi dan penjualan bulu mata tiruan. Proses pemasaran yang dilakukan untuk memperkenalkan produknya yaitu melalui sarana media sosial melalui *facebook*, *twitter*, *Whatsapp*, *Istagram*, aplikasi *e-commerce* yang sudah ada seperti *Buka Lapak*, *Shopee* dan *marketing* luar kota ke salon-salon. Proses pemasaran yang dilakukan selama ini berdampak terhadap penjualan yaitu banyak penjual barang *reject* atau limbah dengan harga murah namun kualitas jelek. PT. Best Lady masih memerlukan perluasan bisnis dalam bidang pemasaran dan penjualan produk-produk yang di produksi.

PT. Best Lady mengalami kendala yaitu biaya pemasaran yang cukup tinggi karena menggunakan banyak karyawan untuk pemasaran *offline* dan biaya pemasaran untuk *online* yang diberikan kepada pihak ketiga atau *merchandise*. Kendala juga dialami untuk penjualan *offline* yaitu banyak penjual barang *reject* atau limbah dengan harga sangat murah serta dengan kualitas jelek sehingga merusak harga pasar PT. Best Lady. Oleh karena itu perusahaan sangat memerlukan sistem informasi *e-commerce* berbasis *website* untuk mempermudah pemasaran dan penjualan bulu mata. Sistem pemasaran dan penjualan *online* (*E-Commerce*) akan menghemat biaya, waktu dan juga tenaga untuk meningkatkan daya saing produk maupun industri. (Mustika, 2019) Penjual dan pembeli dapat dengan mudah membagi pengalaman atau testimoni tentang produk di media sosial. Hal ini memungkinkan untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan PT. Best Lady dengan cepat.

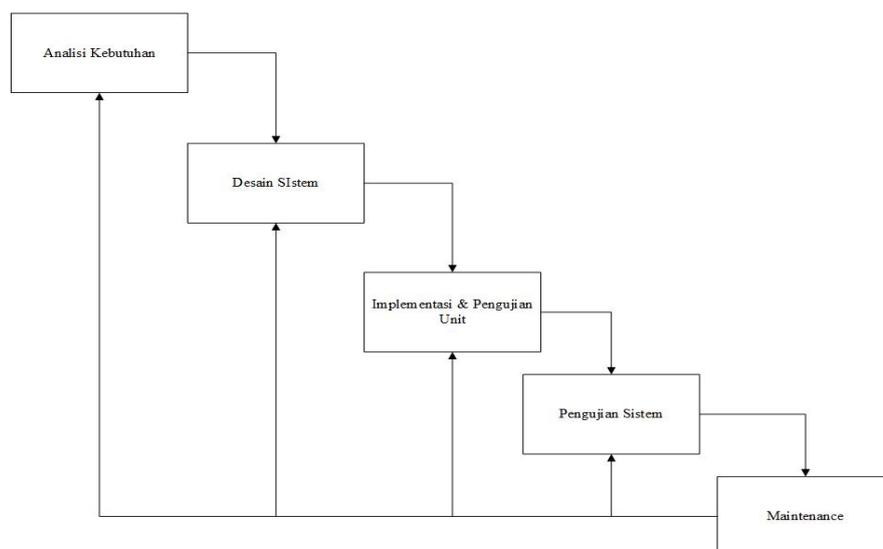
PT. Best Lady akan dapat dengan mudah menjangkau pasar untuk mendapatkan pelanggan baik di dalam daerah dan negeri maupun di luar negeri. Sistem informasi ini dapat memberikan kemudahan dalam transaksi penjualan dimana pembeli dapat secara langsung melakukan pembayaran dan penjual dapat secara langsung menerima pembayaran tanpa pihak ketiga sebagai perantara.

Tujuan penelitian yaitu membuat sistem Informasi *e-commerce* berbasis *Website* untuk membantu dan mempermudah pemasaran dan penjualan bulu mata pada PT. Best Lady Purbalingga demi meningkatkan daya saing produk.

2. METODE

Metode yang digunakan untuk meneliti sistem informasi *e-commerce* pemasaran dan penjualan bulu mata pada PT. Best Lady berbasis *Website* menurut (Jogiyanto, 2017) yaitu:

- 1) Wawancara ialah metode yang dilaksanakan untuk menghimpun data dengan cara berkomunikasi antara peneliti dan responden untuk mendapatkan informasi. Wawancara dilakukan kepada Management, Karyawan pemasaran dan penjualan serta pelanggan PT. Best Lady Bulu Mata Purbalingga.
- 2) Observasi yaitu metode dengan melakukan peninjauan tempat secara langsung untuk mengumpulkan data mengenai sistem yang sudah berjalan selama ini di pabrik PT. Best Lady Bulu Mata Purbalingga.
- 3) Survei yaitu metode untuk menghimpun data dari responden melalui kuesioner-kuesioner sebagai sampel.
- 4) Kepustakaan yaitu mencari informasi dari buku, skripsi dan jurnal yang dibutuhkan untuk pengumpulan data penelitian.
- 5) Metode Pengembangan Sistem menggunakan metode SDLC atau *Waterfall* menurut Sommerville dalam penelitian yang dilakukan (Manurung, 2019) memiliki beberapa tahapan yaitu:
 - a.. Analisis Kebutuhan
 - b. Desain Sistem
 - c. Implementasi & Pengujian Unit
 - d. Pengujian Sistem
 - e. *Maintenance*
 - f. Evaluasi Sistem



Gambar 1. Model *Waterfall* menurut Sommerville

6. Metode penelitian yang dilakukan peneliti untuk evaluasi sistem terdiri dari 5 tahapan menurut (Hidayat et al., 2017):
 - a. Pengumpulan Sumber Data
 - b. Menentukan Hipotesis
 - c. Uji Normalitas
 - d. Uji Hipotesis
 - e. Interpretasi Hasil
7. Pengujian menurut (Subagia et al., 2020) yaitu:
 - 1) *White-Box Testing*
Melakukan pengujian terhadap desain dan kode program perangkat lunak untuk memastikan hasil dari masukan, keluaran dan fungsi-fungsi dan piranti aplikasi sesuai spesifikasi.
 - 2) *Black-Box Testing*
Melakukan pengujian terhadap spesifikasi fungsional perangkat lunak apakah piranti perangkat lunak telah sesuai dengan spesifikasi.
8. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*, dimana pengambilan sampel dilakukan dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. (Sugiyono, 2015) Penetapan responden telah melibatkan karyawan pemasaran, penjualan dan administrasi serta pelanggan PT. Best Lady Bulu Mata Purbalingga. Rumus Slovin digunakan sebagai perhitungan sampel yaitu:

$$n = N / (1 + N (e)^2) \quad (1)$$

Dengan ketentuan :

n = ukuran sampel

N= populasi

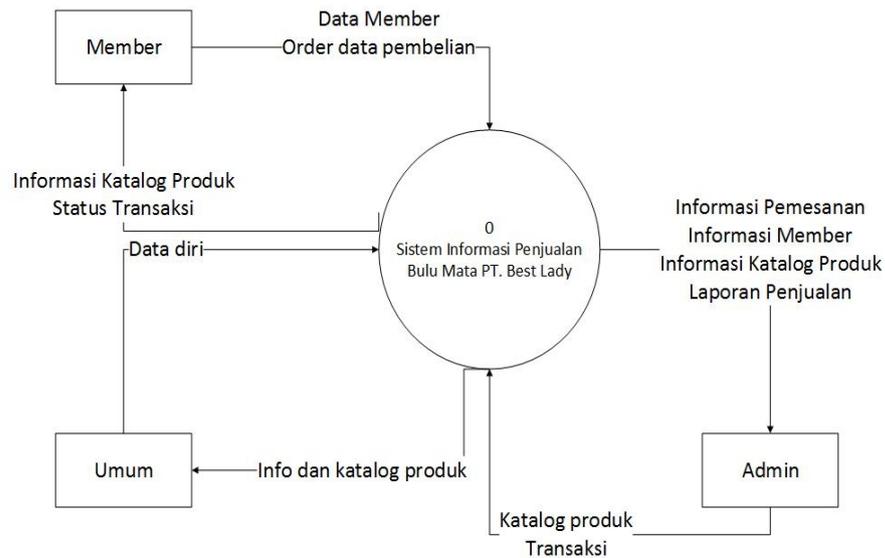
e = tingkat ketepatan

Jumlah populasi (N) ditentukan sebanyak 64 maka jumlah sampel sebanyak 39 orang dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 n &= N / (1 + N (e)^2) && (2) \\
 &= 64 / (1 + 64 (0.10)^2) \\
 &= 60 / 1,64 \\
 &= 39,024 \\
 &= 39
 \end{aligned}$$

Rincian sampel yaitu karyawan pemasaran dan penjualan PT. Best Lady bulu mata sebanyak 15 orang dengan kriteria sudah bekerja minimal 3 tahun, karyawan administrasi PT. Best Lady bulu mata sebanyak 4 orang dengan ketentuan telah bekerja minimal selama 3 tahun. Kemudian pelanggan PT. Best Lady bulu mata sebanyak 20 orang dengan kriteria telah menjadi pelanggan tetap minimal selama 3 tahun.

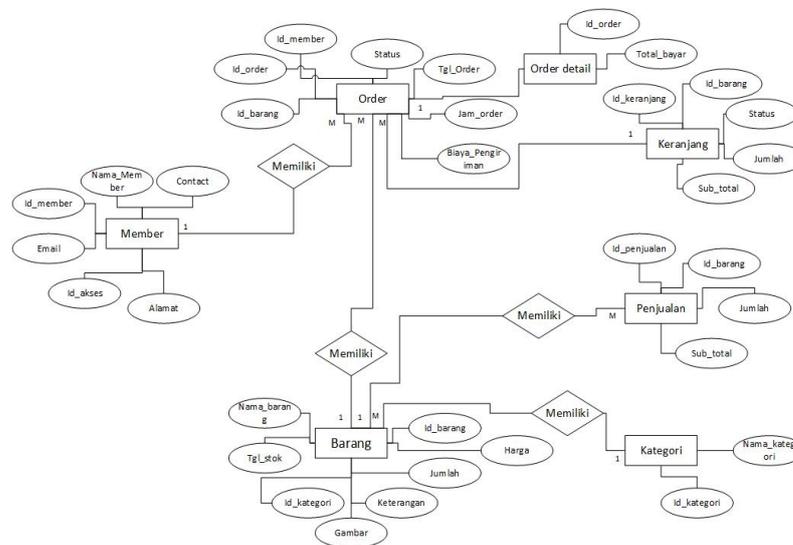
9. Pengembangan sistem pada penelitian dapat digambarkan secara keseluruhan yakni meliputi seluruh entitas yang terlibat dan arah arus data yang masuk ke sistem dan juga ke luar dari sistem seperti diagram konteks di bawah ini :



Gambar 2. Diagram Konteks *Website E-Commerce*

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Model pengembangan data *Entity Relationship Diagram (ERD)* digunakan untuk menjelaskan hubungan antara data pada *database* dengan *user* secara terstruktur. (Ibeng, 2018) Gambar ERD untuk penelitian seperti di bawah ini:



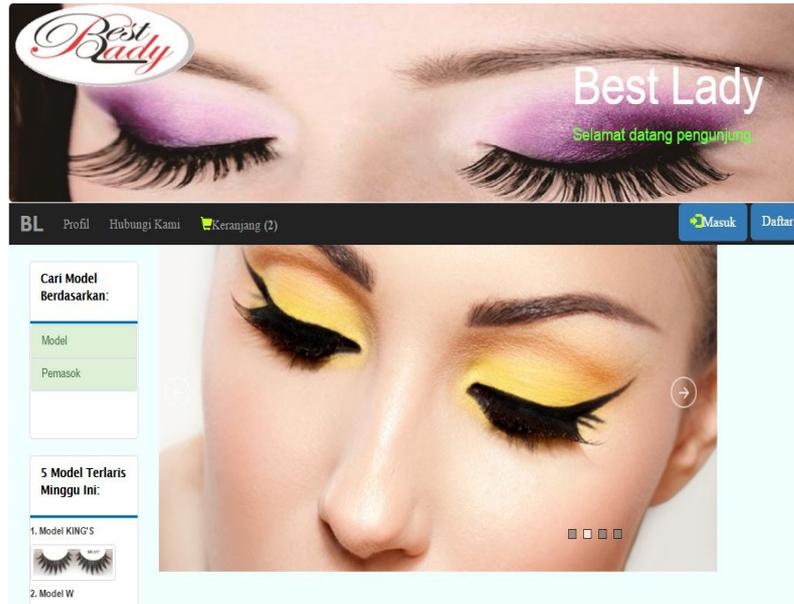
Gambar 3. ERD *Website E-Commerce Best Lady Bulu Mata*

Implementasi Perancangan Antarmuka Pengguna

Berikut merupakan perancangan implementasi antarmuka pengguna yang ditujukan untuk pengguna dan admin.

1. Halaman tampilan utama pelanggan

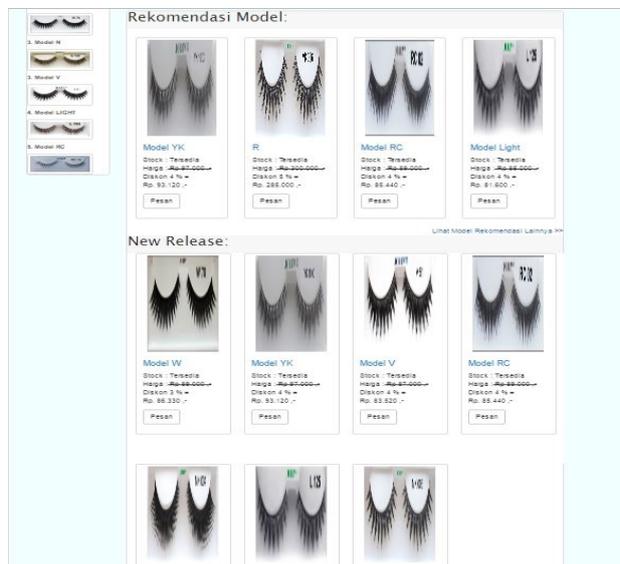
Halaman utama merupakan tampilan awal pelanggan saat akan melakukan pesanan. Pada halaman utama terdapat beberapa navigasi untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan proses pesanan. Adapun navigasi menu antara lain: BL, Profil, Hubungi Kami, Keranjang.



Gambar 4. Tampilan utama pelanggan

2. Halaman tampilan gambar diinputkan

Halaman ini merupakan tampilan dimana semua model yang telah diinputkan langsung muncul di halaman utama.



Gambar 5. Halaman gambar diinputkan

3. Uji Reliabilitas

Tabel *Reliability Statistics* menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh dari uji reliabilitas dengan jumlah pertanyaan 13 item adalah 0.745. Dengan demikian item pertanyaan dinyatakan *reliable* karena nilai Cronbach's Alpha >0.6 . (Sugiyono, 2015)

Tabel 1. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.745	14

4. Interpretasi hasil

Tabel 2. Rangkuman Uji Manfaat dalam (%)

Kegunaan	Kriteria	Pertanyaan				Rata-rata
		P1	P2	P3	P4	
	S	27	36	33	33	95.75
	SS	72	56	62	64	
	Total	99	92	95	97	
Mudah dipelajari	Kriteria	P5	P6	P7	Rata-rata	
	S	27	30	36	93.6	
	SS	68	60	60		
Total		95	90	96		
Efisien	Kriteria	P8	P9	P10	Rata-rata	
	S	27	48	33	98.6	
	SS	68	52	68		
Total		95	100	101		
Dapat Diterima	Kriteria	P11	P12	P13	Rata-rata	
	S	30	33	30	95.3	
	SS	65	68	60		
Total		95	101	90		

Hasil yang ditampilkan pada tabel frekuensi dan *pie chart* dapat diketahui persentase terbesar dari tiap parameter dengan kriteria jawaban setuju dan sangat setuju yang lebih besar. Dari tabel persentase yang dihasilkan dimana kegunaan sebesar 95,75% , mudah dipelajari 93.6%, Efisien 98.6% dan dapat diterima sebesar 95.3%, sehingga dapat disimpulkan situs *website e-commerce* PT. Best Lady dapat digunakan dan mempunyai keunggulan-keunggulan berdasarkan kegunaan, kemudahan mempelajari, ke efisiensi sistem dan dapat diterima.

4. KESIMPULAN DAN SARAN**a. Kesimpulan**

Hasil penelitian tentang *e-commerce* berbasis *website* pada PT. Best Lady bulu mata, yaitu dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa 39 responden yang dipilih dari para karyawan pemasaran dan penjualan sebanyak 15 orang, pegawai administrasi sebanyak 4 orang dan pelanggan PT. Best Lady bulu mata sebanyak 20 orang menyatakan bahwa 96,3 % memiliki daya guna (kegunaan), 98% mudah dipelajari baik oleh konsumen maupun pengelola *website*, 93% lebih efisien terutama dalam pelaporan, dan 93% dapat diterima dengan baik.

b. Saran

Kelemahan penelitian ini yaitu *e-commerce* pemasaran dan penjualan bulu mata di PT. Best Lady hanya dapat digunakan secara maksimal di *Personal Computer* (PC).

Kelebihan penelitian adalah persediaan barang dagangan dapat dikelola oleh petugas admin perusahaan.

Saran untuk pengembangan ke depan bagi peneliti berikut yaitu akan lebih baik bila ditambahkan *live chat* pada websitenya.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, R., Marlina, S., & Utami, L. D. (2017). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Barang Handmade Berbasis Website Dengan Metode Waterfall. *Simnasiptek*.
- Ibeng. (2018). Pengertian Entity Relationship Diagram (ERD). *Www.Pendidikanku.Org*.
- Jogiyanto. (2017). Konsep Dasar Sistem Informasi. *Konsep Dasar Sistem Informasi*.
- Kasmi, K., & Candra, A. N. (2017). PENERAPAN E-COMMERCE BERBASIS BUSINESS TO CONSUMERS UNTUK MENINGKATAN PENJUALAN PRODUK MAKANAN RINGAN KHAS PRINGSEWU. *Jurnal AKTUAL*.
<https://doi.org/10.47232/aktual.v15i2.27>
- Manurung, R. (2019). Perancangan dan Analisis Sistem Informasi Persediaan Barang pada CV UMA HANA. *Jurnal Sistem Dan Informatika (JSI)*.
<https://doi.org/10.30864/jsi.v14i1.239>
- Mustika, M. (2019). PENERAPAN TEKNOLOGI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN SNACK TIWUL. *JSAI (Journal Scientific and Applied Informatics)*. <https://doi.org/10.36085/jsai.v2i2.352>
- Paath, D. K., & Manurung, R. (2019). Analisis Persepsi Pengguna Layanan Transaksi Digital Terhadap Financial Technology (Fintech) Dengan Model E-Money (Studi kasus : layanan Go-Pay “ Gojek ” di Purwokerto). *Jurnal HUMMANS*.
- Subagia, R., Alit, R., & Akbar, F. A. (2020). Pengujian white box pada sistem informasi monitoring skripsi program studi informatika. *Jurnal Informatika Dan Sistem Informasi (JIFoSI)*.
- Sudaryono & Efana Rahwanto. (2020). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada PO Sembilan. *Jurnal Pendidikan Dan Dakwah*.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian. *Metode Penelitian*.
- Supriyanta, & Nurhayati, I. (2018). Sistem Informasi Penjualan Secara Online Studi Kasus Pada Mechin Petshop Yogyakarta. *Journal on Networking and Security - Volume 8 No 1 – 2018*.