

PERANCANGAN MODEL BISNIS DAN ANTAR MUKA UNTUK PENJUALAN ONLINE (STUDI KASUS: PENJUALAN PERANGKAT KOMPUTER)

Rudy

Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Nusantara
Jln. KH Syahdan No.9 Kemanggis-Palmerah, Jakarta 11480; Telp: 021-5345830; Fax: 021-5300244
E-Mail: Rudy@binus.edu, rudy2105@yahoo.com

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah menghasilkan rancangan model bisnis dan perancangan antarmuka aplikasi penjualan online bagi perusahaan penjualan perangkat komputer. Metode yang digunakan adalah metode analisis dan perancangan, metode analisis kesiapan perusahaan dalam menjalankan bisnis online, sedangkan metode perancangan meliputi perancangan model bisnis, perancangan basis data dan perancangan antarmuka. Hasil yang dicapai adalah rancangan aplikasi penjualan online yang dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan serta memperluas jangkauan pemasaran produk. Dengan menerapkan sistem penjualan online, perusahaan penjualan perangkat komputer dapat meningkatkan daya saing diantara sesama perusahaan sejenis, serta dapat mendapatkan pelanggan-pelanggan baru yang potensial ditengah meningkatnya pemanfaatan internet oleh perusahaan maupun personal.

Kata kunci : penjualan, online, model bisnis, Aplikasi

1. PENDAHULUAN

Internet telah menjadi sebuah pasar global yang sangat besar dengan akses 24 jam sehari, sehingga internet dimanfaatkan sebagai media untuk melakukan promosi, menyediakan informasi bagi pelanggan, bahkan melakukan transaksi bisnis tanpa dibatasi situasi dan kondisi geografis maupun perbedaan waktu.

Perkembangan internet dapat menjadi salah satu alternatif bagi perusahaan untuk mempercepat dan mempermudah proses bisnis mereka. Dengan internet, perusahaan dapat saling berinteraksi langsung dengan mitra bisnis ataupun dengan konsumen. Perusahaan juga dapat memanfaatkan fasilitas internet untuk memasarkan dan menjual produk mereka langsung kepada konsumen.

Dalam melakukan bisnis secara online, perusahaan tidak sekedar membuat atau menyiapkan website yang menampilkan produk-produk yang akan disampaikan kepada konsumen. Perusahaan sebaiknya melakukan penilaian kesiapan terlebih dahulu sebelum memutuskan terjun ke dalam bisnis online. Setelah siap untuk masuk ke dalam bisnis online, tahap berikutnya adalah merancang model bisnis yang sesuai bagi perusahaan. Untuk mendukung pembuatan aplikasi penjualan online bagi perusahaan perlu disiapkan rancangan basis data dan antarmuka aplikasi.

2. E-COMMERCE

E-commerce adalah kegiatan pembelian dan penjualan serta pemasaran dan pelayanan dari produk, servis dan informasi melalui jaringan komputer yang beragam. (Chaudhury dan Kuilboer, 2002, p6)

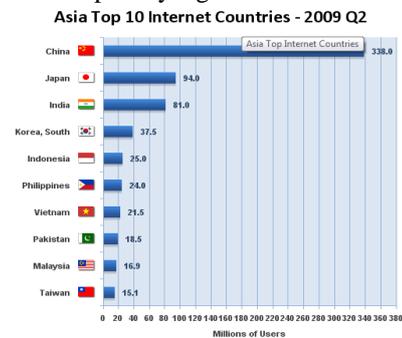
3. MODEL BISNIS

Menurut Rayport dan Jaworski (2003, p112), tahapan-tahapan dari model bisnis online yaitu :

- Value Propositions and Value Clusters
- Penawaran online
- Sumber daya sistem
- Model pendapatan
- Model bisnis online

4. KESIAPAN PERUSAHAAN DALAM MENERAPKAN PENJUALAN ONLINE

Negara Indonesia pada tahun 2009 menduduki peringkat 5 besar dalam jumlah pemakai internet di kawasan Asia, dengan total pemakai kurang lebih 25 juta pemakai. Hal ini menjadi peluang bagi banyak perusahaan di Indonesia, khususnya bagi perusahaan penjualan perangkat komputer untuk memanfaatkan pasar yang besar ini.



Gambar peringkat pemakai internet

4.1 Memetakan Kebutuhan Konsumen

Beberapa kebutuhan konsumen dalam membeli perangkat komputer, yakni:

- Desain dan Bermain *Game*; perangkat komputer dibeli untuk menunjang proses desain dan melakukan kegiatan bermain *game*, dimana saat ini untuk kedua kegiatan tersebut membutuhkan spesifikasi perangkat komputer yang tinggi (kemampuan grafis, memori, dan prosesor).
- Penunjang kegiatan personal; konsumen membeli perangkat komputer untuk menunjang kegiatan personal antara lain penunjang proses belajar, penunjang pekerjaan, mencari informasi dan bersosialisasi.

4.2 Evaluasi Konsumen Sebelum Pembelian

Beberapa hal yang dapat menjadi pertimbangan konsumen pada saat akan melakukan pembelian perangkat komputer diantaranya adalah harga yang bersaing, spesifikasi produk yang jelas, kualitas produk yang terjamin, dan produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan oleh para pelanggan serta produk tersebut memiliki *brand name* yang dikenal oleh masyarakat luas.

4.3 Sumber Daya Perusahaan

Sumber daya perusahaan dalam memberikan penawaran kepada konsumen terbagi ke dalam 3 kelompok besar yakni.

1. Sumber Daya yang Berhubungan Langsung dengan Konsumen

Beberapa sumber daya yang disiapkan oleh perusahaan penjualan komputer dalam berhubungan dengan konsumen adalah:

a. Ruang Pamer/*Website*

Ruang pameran dibutuhkan untuk memberikan gambaran secara fisik atas barang-barang yang dijual oleh perusahaan. Ruang pameran dapat digantikan dengan *website* yang memberikan informasi produk dengan lengkap (spesifikasi, harga, merek).

b. Layanan Konsumen

Perusahaan menyiapkan tenaga layanan konsumen yang dapat digapai oleh konsumen dengan berbagai macam jalur komunikasi, antara lain telepon, *instant messaging*, dan surat elektronik. Layanan pelanggan ini dapat membantu konsumen memperoleh informasi mengenai perusahaan maupun produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

c. Layanan Purna Jual

Banyak perusahaan penjualan perangkat komputer tidak dilengkapi dengan dukungan layanan purna jual yang baik. Layanan purna jual merupakan salah satu faktor penilaian konsumen dalam membeli perangkat komputer. Oleh sebab itu untuk memberikan layanan kepada konsumen secara lengkap

perusahaan harus didukung oleh layanan purna jual yang baik.

2. Sumber Daya Internal

a. Teknisi Perakitan/Instalasi Komputer

Tenaga ahli yang memiliki keterampilan dalam merakit atau melakukan instalasi komputer dengan baik.

b. Teknisi Perbaikan Perangkat Komputer

Bertugas dalam memberikan bantuan kepada konsumen yang menghadapi permasalahan dengan perangkat komputer yang dimilikinya.

3. Sumber Daya Pemasok

Menjalin kerjasama dengan para distributor-distributor perangkat komputer yang sudah dikenal oleh masyarakat luas atas produk-produk yang dihasilkan.

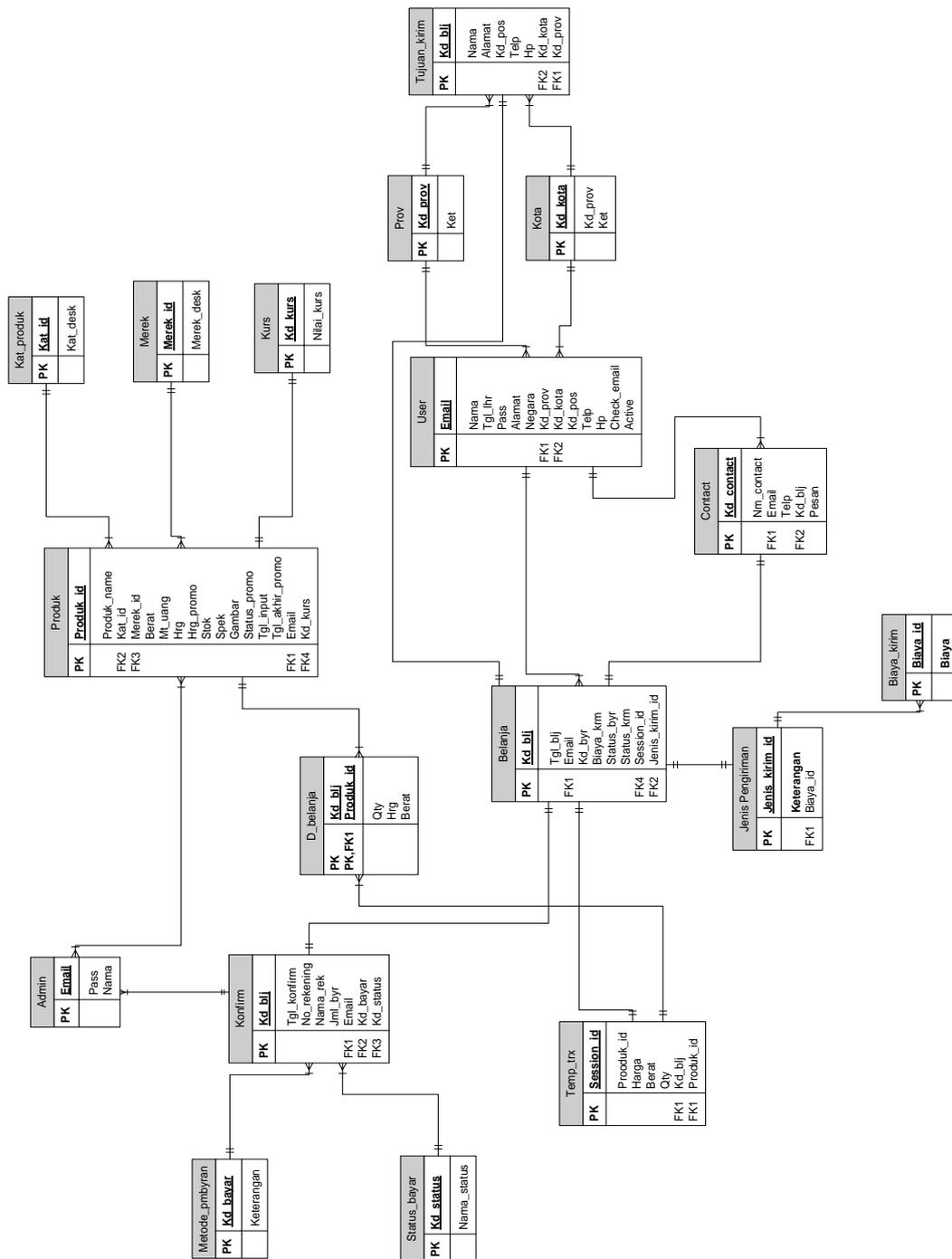
5. PERANCANGAN MODEL BISNIS, BASIS DATA DAN ANTAR MUKA

5.1 Perancangan Model Bisnis

Model bisnis *online* yang dapat digunakan oleh perusahaan penjualan komputer adalah *widest assortment model*, yaitu model bisnis *online* yang menawarkan produk beragam dengan berbagai pilihan merek. Model ini dipilih karena dalam perusahaan jenis ini menyediakan berbagai jenis produk yang bervariasi dengan berbagai merek yang ditawarkan. Misalnya untuk penjualan komputer jinjing, bisa menawarkan berbagai macam merek yang sudah diketahui oleh konsumen. Begitu pula dengan perangkat komputer lainnya, seperti *hard drive*, *DVD ROM Drive*, *Mother board*, *Mouse*, *Keyboard* dan perangkat pendukung lainnya. Sedangkan model pendapatan yang dapat diadopsi oleh perusahaan adalah penjualan produk dan iklan.

5.2 Perancangan Basis Data

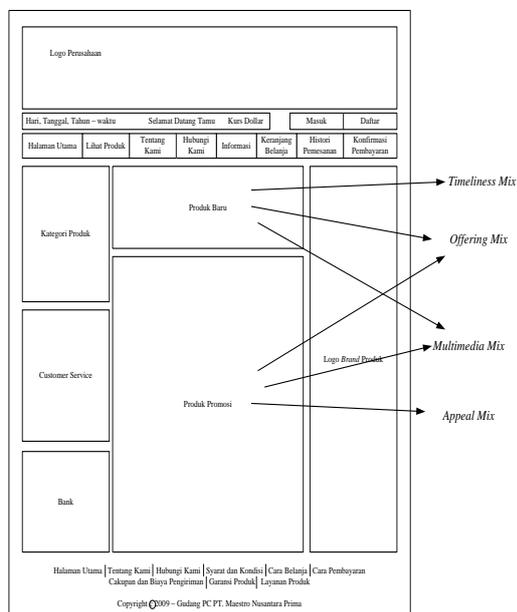
Untuk mendukung pembuatan *website* penjualan dari perusahaan dibutuhkan basis data, dimana basis data tersebut terdiri dari berbagai macam tabel. Tabel-tabel yang dibutuhkan antara lain: tabel admin, tabel keranjang belanja, tabel biaya kirim, tabel kontak, tabel detail belanja, tabel jenis pengiriman, tabel kategori produk, tabel konfirmasi, tabel kota, tabel kurs, tabel merek, tabel metode pembayaran, tabel produk, tabel provinsi, tabel status pembayaran, tabel penampung transaksi, tabel tujuan pengiriman, tabel konsumen. Gambar 1 di bawah ini menggambarkan hubungan antar tabel yang ada.



Gambar 1. ERD Database Penjualan Perangkat Komputer Online

5.3 Perancangan Antar Muka Website

Berikut ini adalah salah satu rancangan antarmuka dari *website* penjualan perangkat komputer online.



Gambar 2. Rancangan Layar Beranda

6. HASIL dan TAMPILAN APLIKASI



Gambar 3. Tampilan Aplikasi Beranda
Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah sebuah prototipe aplikasi *website* penjualan komputer online yang dibangun menggunakan bahasa pemrograman PHP dengan basis data MySQL. Gambar 3 merupakan salah satu tampilan dari *website* penjualan komputer online untuk menu beranda.

7. SIMPULAN

Ruang lingkup penawaran produk dari perusahaan penjualan perangkat komputer adalah produk yang dijual lebih dari satu kategori produk. Model bisnis *online* yang dapat diadopsi adalah yang bersaing pada kedalaman dan keluasan produk campuran, dalam berbagai kategori produk yang akan ditawarkan. Sedangkan antarmuka untuk *website* harus memperhatikan sisi estetika dan fungsional secara seimbang, dimana tampilan dari produk dibuat menarik dan sesuai dengan kondisi asli. Sisi fungsional terdapat pada penjelasan mengenai produk yang dijual, didukung dengan informasi atau data yang sesuai.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Chaudhury, Abhijit dan Jean-Pierre Kulboer. (2002). *E-Business and E-Commerce Infrastructure: Technologies Supporting the E-Business Initiative*. The McGraw-Hill Companies, Inc. New York.
- [2] Elias, Awad. (2002). *Electronic Commerce*. Prentice Hall, New Jersey.
- [3] Rayport, Jeffery F. dan Jaworski, Bernard J. (2003). *Introduction to E-commerce*. Second Edition. The McGraw-Hill Companies. Singapore