RANCANG BANGUN *WEB* REPLIKA PADA *WEBSITE E-COMMERCE*

Baiq Dinasti Gita Purnama Putri, Anton Setiawan Honggowibowo, Anggraini Kusumaningrum
Program Studi Teknik Informatika
Sekolah Tinggi Teknologi Adisutjipto Yogyakarta
informatika@stta.ac.id

ABSTRACT

E-commerce or electronic commerce is an activity related to the purchase, sale, marketing of goods or services by using electronic systems such as the Internet or a computer network as a medium. In its development, e-commerce website has a lot of models and concepts, one of which is a replica website. Replica website is a reflection of the website host website itself Website replica would be obtained if it had been making purchases on the website of the parent (stta.name:8000) or web replica owned by a member (stta.name:8000/ ?sponsor=namaanggota). If you already have a replica website then the owner can sell online using the web replica, and can change the prices of goods as well as web background replicas. Besides being able to change the price and the background, a replica web owners are also entitled to a bonus from the purchase of its products downline level 1. For the award is the excess of the price that has been modified with an initial price of a web master or web links above. From the calculation of the questionnaire that was distributed to 30 respondents, the result of testing knowledge of web replica of 42.7% based on the assessment interval is Enough and application usage by 78.5%, which means Good.

Keywords: E - Commerce , Master Website , Website Replication

1. Pendahuluan

Peningkatan penggunaan internet setiap harinya ternyata tidak diacuhkan begitu saja oleh para pelaku bisnis baik perorangan maupun perusahaan. Para pelaku bisnis justru memanfaatkan peningkatan penggunaan internet ini untuk mengembangkan jaringan bisnis. Kemajuan di bidang teknologi ini dirasakan sangat bermanfaat untuk dijadikan sebagai salah satu cara atau strategi pemasaran bisnis. Banyak para pelaku bisnis yang sengaja membuat *website*, *blog* atau bahkan *fans page* di jejaring sosial untuk memperkenalkan dan memasarkan produk. Melalui *onlinemarketing*, informasi produk dapat dengan mudah menjangkau konsumen yang ada jauh dari domisili usaha, tanpa harus terjun langsung ke daerah tersebut untuk mempromosikan produk. Salah satu metode bisnis yang sangat berkembang saat ini yaitu *e-commerce*.

Dalam perkembangannya *websitee-commerce* sudah banyak sekali model serta konsep yang ditawarkan oleh para pelaku bisnis *web* replika merupakan salah satu model dari *website e-commerce*. Penelitian ini mencoba merancang *web* replika pada *website e-commerce*. *Web* replika sendiri adalah salah satu alat promosi berupa *website*yang bisadigunakan dalam memasarkan dan mengembangkan bisnis *e-commerce*. Apa yang ditampilkan dalam *web*replika sama seperti *web* induk karena pada dasarnya *website* replika merupakan *cloning* dari *website* induk itu sendiri. Pada *web* replika yang akan dirancang pemilik *web* replika dapat melakukan ubah harga dan ubah *background* pada *web* replika yang dimilikinya. Selain itu pemilik replika juga akan mendapatkan bonus dari pembelian produk oleh *downline*.

2. METODE PENELITIAN

2.1 E-commerce

Definisi *websitee-commerce* secara umum *"E-commerce is a dynamic set of technologies, applications, and business process that link enterprises, consumers, and communities through electronic transactions and the electronic exchange of goods, service and information"(Baum,* 1999*)*. Dari definisi tersebut dapat diartikan bahwa *e-commerce* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi yang dilakukan secara elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan pemberian informasi yang juga dilakukan secara elektronik.

*2.2 Web*Replika

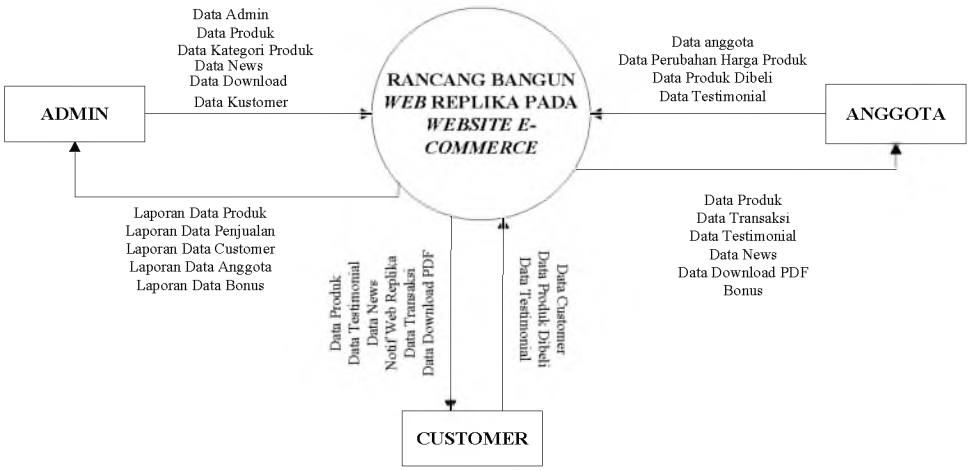
Website replika adalah *website* cerminan dari *website* induk itu sendiri. Secara fisik *website* replika dengan *website* induk menampilkan tampilan yang persis sama. Secara umum *link* pada suatu *website* replika biasanya terdiri dari domain *website* induk yang kemudian dibelakangnya diikuti dengan ID atau nama dari pengguna atau pemilik *website* replika tersebut. Jika menemukan alamat *website* seperti pada contoh dibawah ini maka dapat dipastikan *website* yang sedang dibuka tersebut adalah *website* replika. Contonya seperti ini :*http://www.domaininduk.com/?id=namapemilik*.

2.3 Perancangan Sistem

2.3.1 Diagram Konteks

Diagram konteks dari Sistem Informasi *E-commerce* (*online shop*) yang terdiri dari 3 *entity* yaitu :

1. *EntityADMIN*.
2. *EntityCUSTOMER*.
3. *Entity* ANGGOTA



Gambar 1. Diagram Konteks *Web* Replika Pada *WebsiteE-commerce*.

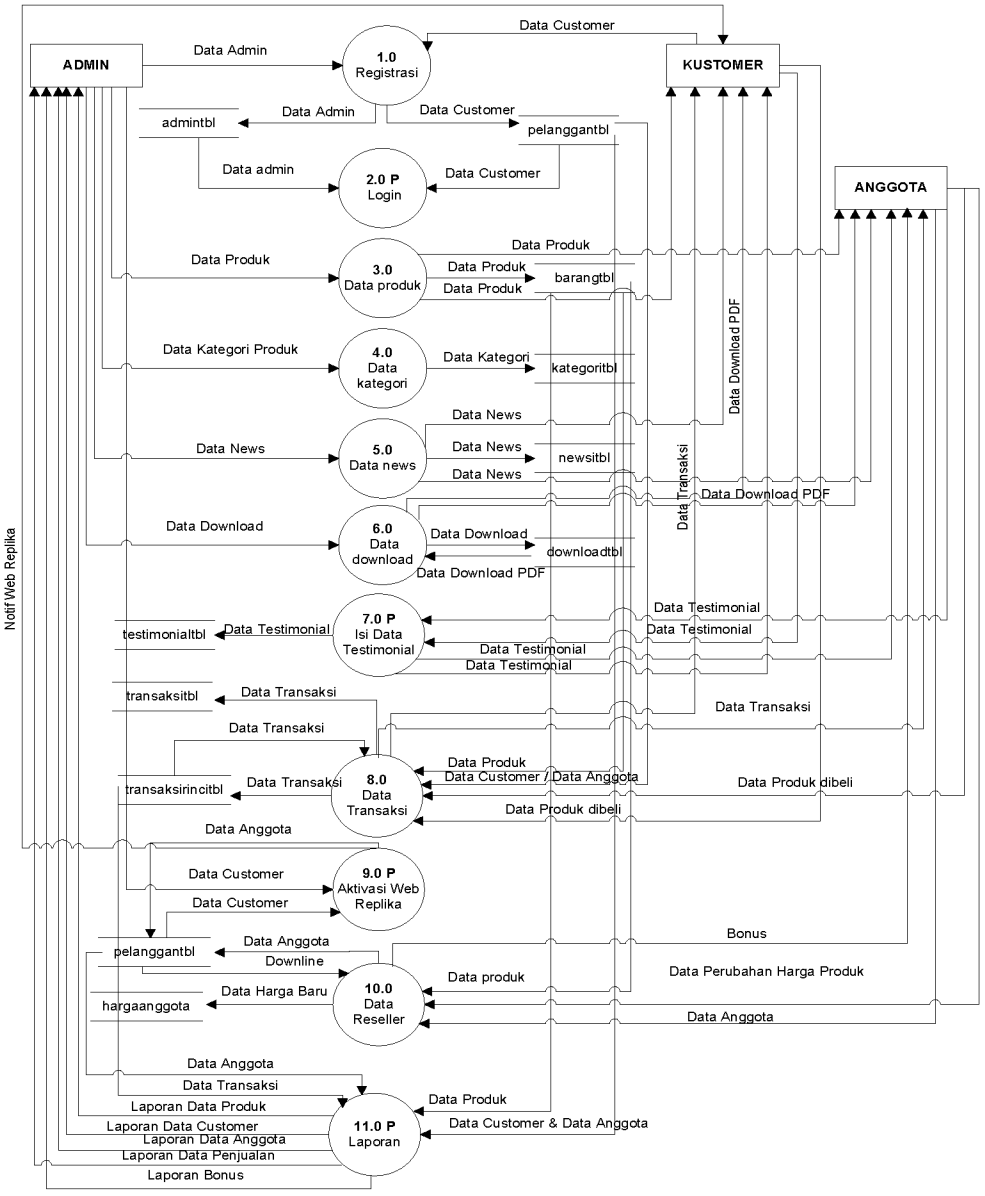
2.3.2 DFD *Level* 0

Pada *level* 0 menunjukkan semua proses utama yang menyusun keseluruhan sistem. Adapun penjelasan dari masing-masing proses yang ada pada *level* 0 sebagai berikut:

1. Proses 1.0 yaitu proses registrasi, pada tahap pertama ini ialah tahap pendaftaran baik *admin* maupun *customer* untuk mendaftar.
2. Proses 2.0 P yaitu proses *login* bagi *admin, customer* maupun anggota.
3. Proses 3.0 yaitu data produk. Proses peng*input*an data produk oleh *admin* dan yang nantinya dapat dilihat oleh *customer* dan anggota pada *online shop*.

4. Proses 4.0 yaitu data kategori. Proses peng*input*an kategori data produk.
5. Pada proses 5.0 yaitu data *news*. Peng*input*an berita oleh *admin* yang nantinya dapat dilihat oleh *customer* dan anggota pada *online shop.*
6. Proses 6.0 yaitu data *download*. *Admin* meng*upload* data PDF yang dapat di*download customer* dan anggota.
7. Pada proses 7.0 P yaitu isi *testimonial* oleh *customer*, dan anggota.
8. Pada proses 8.0 yaitu proses data transaksi. Proses ini menjelaskan alur transaksi yang dilakukan oleh *customer* dan anggota.
9. Proses 9.0 P yaitu proses aktivasi atau mengaktifkan *customer* menjadi anggota yang akan dilakukan oleh *admin*.
10. Pada proses 10.0 yaitu data *reseller*. Terdapat alur reseller, *downline*, bonus, ubah harga, dan ubah *background*.
11. Proses 11.0 P yaitu laporan (laporan produk, laporan *customer*, laporan anggota, laporan penjualan dan laporan bonus).

Seluruh proses-proses pada DFD *Level* 0 rancang bangun *web* replika pada *websitee-commerce* yang ada di atas dapat dilihat pada Gambar 2.



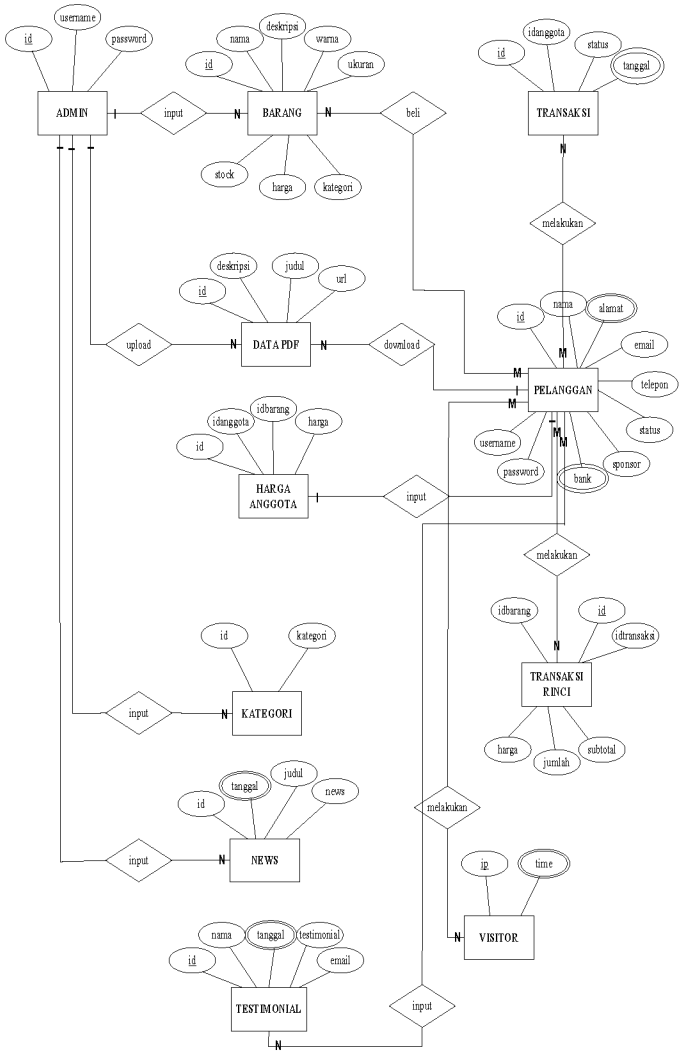
Gambar 2. DFD *Level* 0 *Web* Replika Pada *WebsiteE-commerce*..

2.3.4 *Entity Relationship Diagram* (ERD)

ERD atau *Entity Relationship diagram* merupakan salah satu model yang digunakan dalam mendesain *database* dengan tujuan menggambarkan data-data yang saling berelasi pada sebuah *database*. Adapun kardinalitas pemetaan yang terdapat pada ERD rancang bangun *web* replika pada *website e-commerce* sebagai berikut:

1. Hubungan satu ke satu (*onetoone*).
   a. Satu pelanggan *input* satu harga anggota.
2. Hubungan satu ke banyak (*oneto many*).
   a. Satu *admininput* banyak barang.
   b. Satu*adminupload* banyak data PDF.
   c. Satu *admininput* banyak kategori.
   d. Satu *admininput* banyak *news*.
   e. Satu pelanggan *download* banyak data PDF.
3. Hubungan banyak ke banyak (*many to many*).
   a. Banyak pelanggan melakukan banyak transaksi.
   b. Banyak pelanggan melakukan banyak transaksi rinci.
   c. Banyak pelanggan beli banyak barang.
   d. Banyak pelanggan melakukan banyak *visitor*.

Untuk melihat lebih jelas rancangan ERD dari aplikasi rancang bangun *web* replika pada *websitee-commerce* dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. ERD Rancang Bangun *Web* Replika Pada *WebsiteE-commerce*.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Perbedaan *Web* Induk Dan *Web* Replika

Halaman awal *web* induk ini merupakan halaman pertama yang nantinya akan muncul ketika mengetikkan alamat *urlonline shop* stta.name:8000. Pada halaman awal *web* induk ini terdapat menu atas yang terdiri dari 6 menu yaitu *Home*, Produk, Cara Order, *Download, About*dan *Contact.*Tampilan *web* induk dapat dilihat pada Gambar 4.

Gambar 4. Halaman Awal *Web* Induk.

Sedangkan, saat mendaftar *web* replika maka alamat url yang digunakan adalah stta.name:8000/?sponsor=namaanggota.Contohnya stta.name:8000/ ?sponsor=gita.Pada halaman utama *web* replika memiliki menu atas yang sama dengan *web* induk namun, yang membedakannya adalah terdapat data sponsor yang diikuti pada menu *slide bar* kanan. *Web* replika terdapat 2 jenis yaitu *web*replika *customer* dan *web* replika anggota.Pada *web* replika *customer* menu atas sama persis dengan menu atas pada halaman *web* induk yaitu (*Home*, Produk, Cara Order, *Download, About, Contact, logout*). Sedangkan, pada *web* replika anggota menu atasnya terdiri dari (*Home*, Produk, *Reseller*, Harga, *Downline*, Bonus, Latar, Cara Order, *Download, About, Contact, logout*). Menu *Reseller* adalah tempat *update* data anggota dan melihat alamat *web* replika. Menu harga adalah tempat ubah harga produk. Menu *Downline* untuk melihat data *downline*. Menu Latar untuk merubah tampilan *background* latar *web* replika. Tampilan *web* replika dapat dilihat pada Gambar 5 dan Gambar 6.

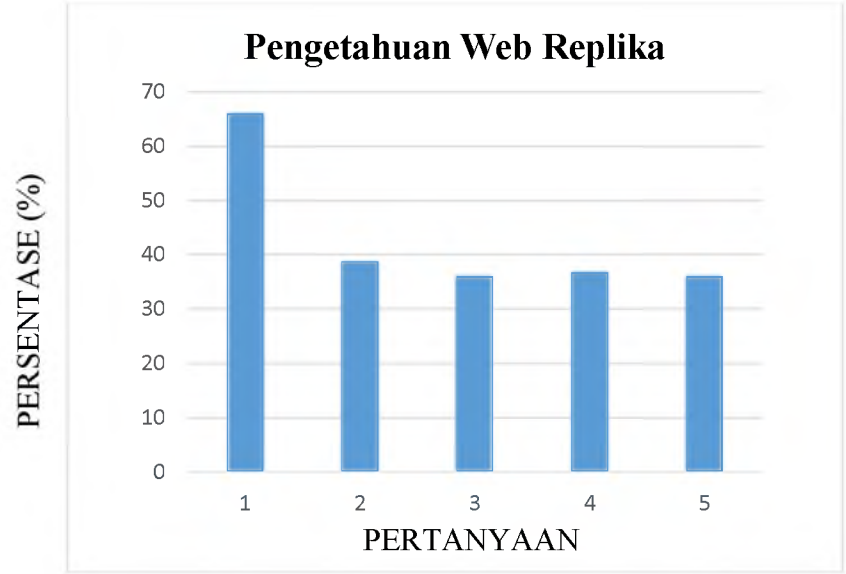
Gambar 5. Halaman Utama *Web* replika *Customer*.

Gambar 6. Halaman Utama *Web* Replika Anggota.

3.2 Hasil Uji Pengguna

Uji pengguna dibagi menjadi 2 bagian yaitu pengujian pengetahuan web replika dan pengujian pengunaan aplikasi. Dari penyebaran kuesioner kepada 30 responden didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Dari penyebaran kuesioner ke 30 orang didapatkan 66% orang yang suka beberlanja *online*dan hanya 38,7% saja yang mengetahui tentang *web* replika.Didapatkan juga persentase 36% untuk yang telah mengakses *web*replika dan 36.7% saja yang dapat membedakan antara web asli dengan web replika. Kemudian yang terakhir hanya 36% yang mengetahui ciri-ciri dari *web* replika.Hasil pengujian pengetahuan *web* replika pada Gambar 7, diperoleh hasil rata-rata persentase untuk pengujian pengetahuan *web* replika adalah sebesar 42.7%. Jika dilihat pada tabel *interval* penilaian maka 42.7% masuk dalam kategori Cukup. Sehingga, dapat diartikan bahwa responden sudah cukup mengetahui tentang apa itu *web* replika.



Gambar 7. Grafik Pengujian Pengetahuan *Web* Replika.

2. Hasil pengujian pengunaan aplikasi pada Gambar 8, diperoleh hasil rata-rata persentase untuk pengujian pengetahuan *web* replika adalah sebesar 78.5%. Jika dilihat pada tabel*interval* penilaian maka 78.5% masuk dalam kategori Baik. Maka dapat diartikan bahwa penggunaan aplikasi sudah baik.

Gambar 8. Grafik Pengujian Penggunaan Aplikasi.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari implementasi sistem yang tedapat pada BAB IV maka adapun yang dapat disimpulkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Web* replika dapat diterapkan pada *web e-commerce* dengan alamat replikanya berada dibelakang alamat induknya.
2. Pemilik *website* replika dapat mengubah *backgroundwebsite*nya dan harga jual barang yang berbeda dengan induknya.
3. Pemilik *website* replika dapat bonus dari *website* induknya ketika barang yang ditampilkan pada *website* replika terjual.
4. Anggota akan mendapatkan bonus dari selisih harga yang telah diubah dengan harga 1 *level* diatasnya baik dari *web* induk maupun dari sponsornya.
5. Dari hasil perhitungan kuesioner yang telah disebar kepada 30 responden didapatkan hasil pengujian pengetahuan *web* replika sebesar 42.7% yang berarti Cukup, dan pengunaan aplikasi sebesar 78.5% yang berarti Baik.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari sistem ini, didapatkan beberapa saran untuk pengembangan selanjutnya, sebagai berikut :

1. Rancang bangun *web* replika pada *websitee-commerce* dapat dikembangkan pada perangkat android.
2. *Web* replika juga dapat dikembangkan dengan fasilitas tambahan seperti dapat menambahkan produk sendiri oleh anggota diluar produk yang dijual oleh *web* induk.
3. Pada menu ubah *background* yang hanya dapat diganti dengan *image* format .PNG dapat dikembangkan untuk semua format gambar.
4. Anggota tidaknya hanya dapat merubah *background web* replika saja. Namun, dapat juga merubahtema.

Daftar Pustaka

[1] Baum, David. 1999. *Business Links*, Oracle Magazine, no.3, Vol.XIII, May/June, pp.36-44.

[2] Fatansyah. 1999. *Basis Data*. Bandung : Informatika.

[3] Sadeli, Muhammad. 2013. *Toko Baju Online Dengan PHP dan Mysql Menggunakan Adobe Dreamweaver CS 6*. Palembang : Maxikom.

[4] Purbo, Ono W. dan Wahyudi, Aang Arif. 2008, *Mengenal E-commerce*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.

[5] Tiens. 2014. Panduan Sistem *Web* Replika .Jurnal Bahasa Indonesia. *http://ernitiens.blogspot.co.id/p/reward.html*. (Diakses 06 Mei 2015 pukul 09.00 WIB).