

ANALISIS PERANCANGAN E-COMMERCE UNTUK PEMASARAN OLAHAN HASIL PERIKANAN

ANALYSIS DESIGN E-COMMERCE FOR PROCESSED FISHERY MARKETING

Ahmad Homaidi ¹⁾

¹⁾ Manajemen Informatika, AMIK Ibrahimy, Situbondo
email : aidye89@gmail.com

ABSTRAK

Perikanan merupakan salah satu sumber perekonomian Indonesia. Sektor perikanan ini merupakan kekayaan terpendam yang dimiliki oleh Indonesia dan harus dikelola secara optimal. Potensi perikanan bukan hanya konsumsinya saja, tapi banyak industri yang sudah mulai melirik untuk menjadikannya olahan hasil perikanan. Tentunya hal tersebut juga membutuhkan pemasaran untuk mempromosikan dan menjual olahan hasil perikanan tersebut, sehingga dapat tersebar secara bebas di masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan analisis dan perancangan e-commerce untuk pemasaran olahan hasil perikanan untuk membantu mempromosikan dan menjual hasil perikanan. Perancangan ini menggunakan metode waterfall dengan beberapa tahapan yaitu analisa kebutuhan, desain sistem, penulisan kode program, pengujian program, penerapan program dan pemeliharaan. Penerapan e-commerce ini dapat membantu proses promosi dan penjualan yang lebih baik dikarenakan saat ini tidak hanya kalangan muda-mudi saja yang suka belanja secara online, semua generasi pun sudah memanfaatkan media online untuk membantu keberlangsungan hidupnya, terutama dalam masalah berbelanja saat ini.

Kata kunci: perancangan, e-commerce, pemasaran, hasil perikanan

ABSTRACT

Fishing is one of the sources of the Indonesian economy. The fisheries sector is a wealth of pent-owned by Indonesia and should be managed optimally. Fishery potential not only consumption, but many industries have started to glance for making processed fishery products. Of course, it also requires marketing to promote and sell the processed fishery products, so as to spread freely in the community. Therefore, the necessary analysis and design of e-commerce for the marketing of processed fishery products to help promote and sell fishery products. This design uses the method waterfall with several stages of the needs analysis, system design, coding, testing, implementation and maintenance. Implementation of e-commerce can help the process of promotion and better sales because today is not just the young people who like shopping online, all generations were already utilizing online media to help its survival, especially in matters of shopping today.

Keywords: design, e-commerce, marketing, fisheries

PENDAHULUAN

Perikanan merupakan sumber salah satu potensi besar dalam perekonomian Indonesia. Dimana Indonesia dengan banyaknya pulau yang tersebar, menjadikan daerah ini 70% merupakan perairan.^[7] Sektor perikanan ini menjadi sebuah kekayaan terpendam yang penting untuk dikelola secara optimal. Kebijakan-kebijakan pemerintah pun sekarang telah banyak mengarah kepada pemberdayaan sektor perikanan dan kelautan ini. Salah satunya dengan kebijakan yang super ketat terkait dengan ekspor ikan laut, perizinan kapal, dan penenggelaman kapal-kapal asing yang masuk perairan Indonesia secara ilegal merupakan bentuk penegakan hukum yang ada di laut. Dengan kebijakan pemerintah tersebut, prospek sektor perikanan kedepannya akan semakin menemukan titik cerah.

Selain dari potensi dari sektor produksi Indonesia, konsumsi makanan dari laut pun sangat besar. Pada tahun 2013 di pasar domestik saja, konsumsi ikan mencapai 35,62 kilogram per kapita. Sedangkan pada tahun 2014 diperkirakan mencapai angka 38 kilogram per kapita. Hal

ini menunjukkan bahwa kebutuhan akan ikan sudah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat.

Kebutuhan akan tidak hanya untuk konsumsi sehari-hari saja, melainkan untuk kebutuhan industri perikanan. Pada zaman sekarang sudah banyak industri-industri yang melirik perikanan sebagai bahan baku untuk hasil produknya. Selain pabrik-pabrik besar yang menawarkan hasil pengolahan perikanan, juga ada industri rumahan yang mengelola hasil perikanan dalam skala yang lebih kecil. Produk olahan ikan yang umum kita ketahui adalah nugget, bakso, abon, rolade, sosis, dan kornet. Untuk menghasilkan produk-produk tersebut pun, bahan dasar ikan yang digunakan pun bervariasi, mulai dari tuna, tengiri, pari, tongkol maupun ikan mata goyang.

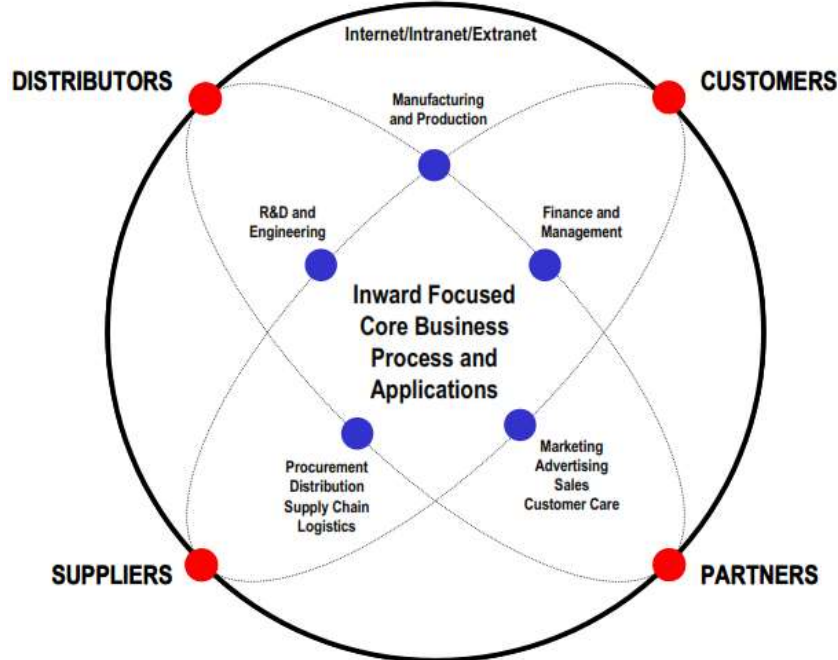
Agar produk rumahan bisa bersaing dengan pabrik-pabrik besar, diperlukan media yang dapat mempromosikan dan menawarkan produknya secara meluas, salah satunya dengan membuat e-commerce khusus untuk memasarkan produk perikanan. Oleh karena itu, diperlukan analisa untuk merancang e-commerce dalam memasarkan produk hasil perikanan.

KAJIAN PUSTAKA DAN METODE

e-Commerce

Definisi dari e-commerce sendiri sangat beragam, tergantung kacamata dan prespektif yang memanfaatkannya. Asosiasi e-commerce mendefinisikan secara sederhana sebagai mekanisme bisnis secara elektronik.^[5] Terlepas dari definisi-definisi yang bermacam-macam mengenai e-commerce, berikut karakteristik e-commerce;

1. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak;
2. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi; dan
3. Menggunakan internet sebagai media utama dalam proses perdagangan.



Gambar 1. Relasi dalam e-Commerce

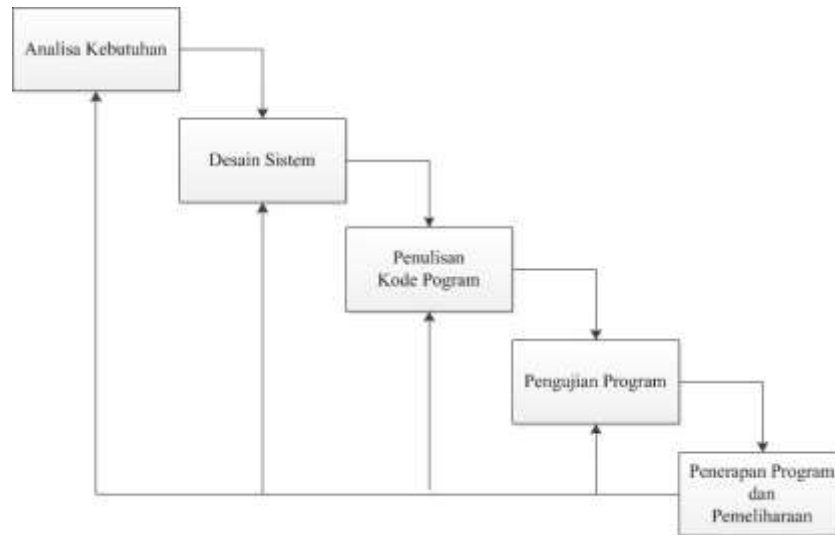
Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu proses yang membuat individu atau sebuah kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang berharga kepada pihak lain atau semua kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa dari produsen sampai konsumen.^[1] Aktifitas

pemasaran ini seharusnya dilaksanakan dengan memepertimbangkan efisiensi, efektivitas, dan tanggung jawab sosial pemasaran. Peranan pemasaran dengann hasil perikanan adalah untuk menyebarluaskan produk-produk hasil olahan perikanan, sehingga dapat mempromosikan dan memasarkan produk hasil olahan tersebut.

Metode Pengembangan Sistem

Dalam melakukan analisa perancangan e-commerce untuk pemasaran hasil perikanan ini menggunakan metode waterfall.^[2] Metode Waterfall adalah merupakan metode yang pengembangan sistem yang umum digunakan dalam proyek-proyek perangkat lunak dengan skala kecil.



Gambar 2. Metode Waterfall

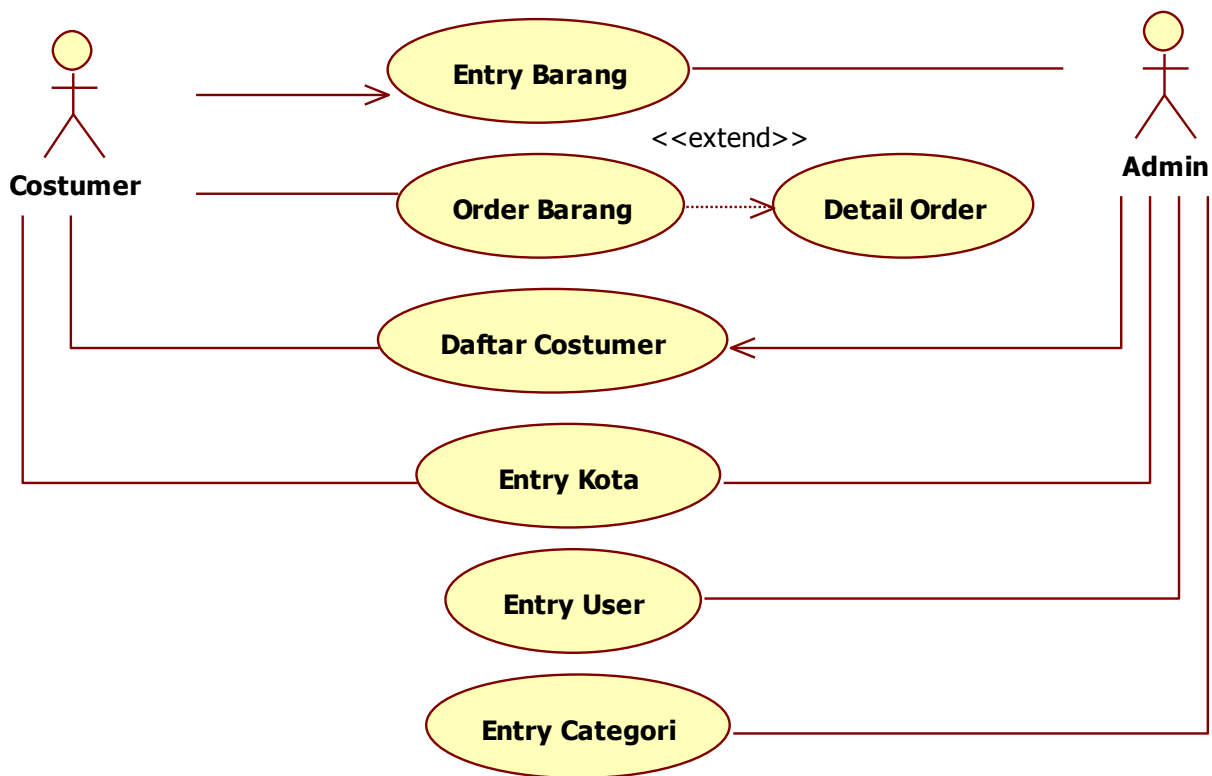
1. **Analisa Kebutuhan**
Pada tahap analisa kebutuhan ini dilakukan pengumpulan berkas-berkas atau data-data penunjang yang berhubungan dengan e-commerce dan pemasaran hasil olahan perikanan. Data-data tersebut di kumpulkan untuk dikaji untuk diidentifikasi dan dianalisa kebutuhan fungsional dan non fungsionalnya.
2. **Desain Sistem**
Tahapan desain sistem ini digunakan setelah proses identifikasi dan analisis selesai dilakukan. Tahap ini dilakukan untuk memodelkan proses-proses yang teridentifikasi ke dalam sebuah model yang sudah ditentukan. Selain dari pada itu, tahap ini juga dilakukan untuk mendesain database yang akan digunakan dalam sistem.
3. **Penulisan Kode Program**
Tahap ini dilakukan jika semua tahapan sebelumnya sudah dilakukan. Setelah tahapan analisa kebutuhan dan desain sistem yang meliputi desain proses dan desain database dibuat, tahapan ini dilakukan untuk menerjemahkan hasil analisa tersebut menjadi sebuah kode program menurut bahasa pemrograman tertentu.
4. **Pengujian Program**
Tahap pengujian program dilakukan untuk mengetahui error aplikasi yang masih belum terhandle oleh pemrogram. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir kesalahan ketika program akan diterapkan.
5. **Penerapan Program dan Pemeliharaan**
Penerapan program dilakukan setelah aplikasi dinyatakan siap pakai dan kebutuhan non fungsional sudah dipenuhi. Dalam penerapannya tentu diperlukan perawatan

untuk aplikasi maupun perangkat pendukung lainnya. Oleh karena itu, diperlukan pemeliharaan untuk keberlangsungan aplikasi yang sudah dibuat.

IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pemodelan Sistem

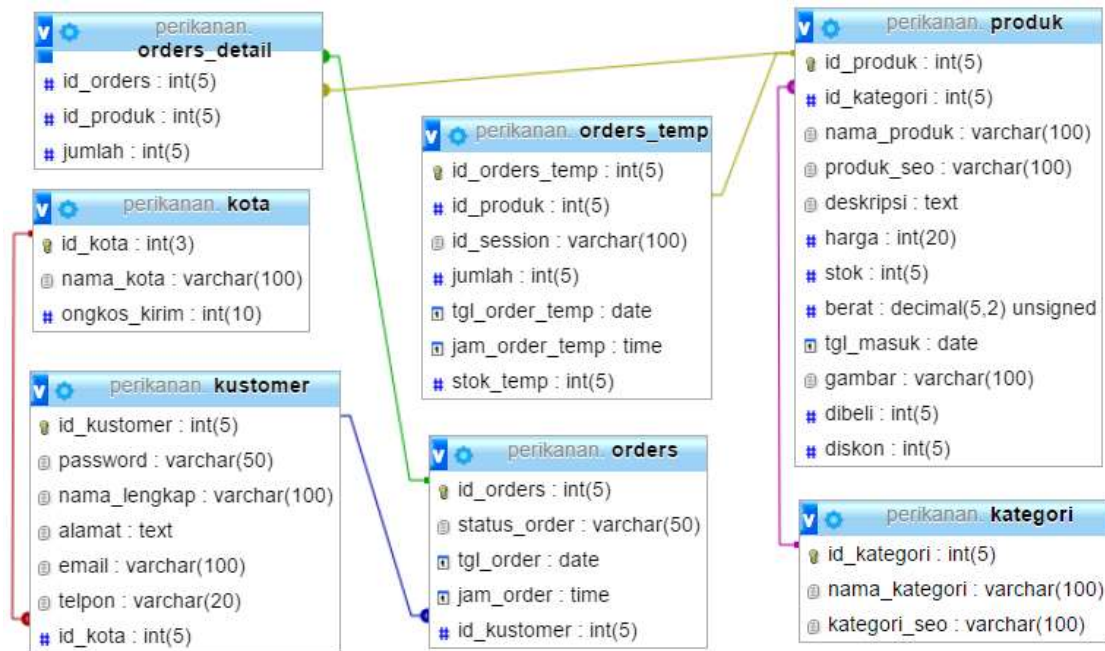
Hasil analisis dan perancangan e-commerce ini dapat dimodelkan dengan model terstruktur ataupun dengan model *object oriented* yang menggunakan use case diagram. Use case Diagram adalah sebuah diagram yang dapat menggambarkan antara sistem external dan pengguna.^[3] Dalam use case diagram yang dibuat untuk sistem ini, terdapat dua aktor yang berperan sebagai pelaku utama, yaitu admin dan costumer. Admin bertugas sebagai pemilik toko yang dapat memasarkan produk hasil perikanan dengan cara mengupload di siste yang sudah dibuat sesuai dengan kategori yang sudah dibuat. Sementara untuk costumer dapat melihat hasil olahan perikanan di sistem dan juga dapat memesannya melalui sistem tersebut. Use case diagram untuk perancangan e-commerce pemasaran pengolahan hasil perikanan adalah sebagaimana gambar berikut;



Gambar 3. Use Case Diagram

Desain Database

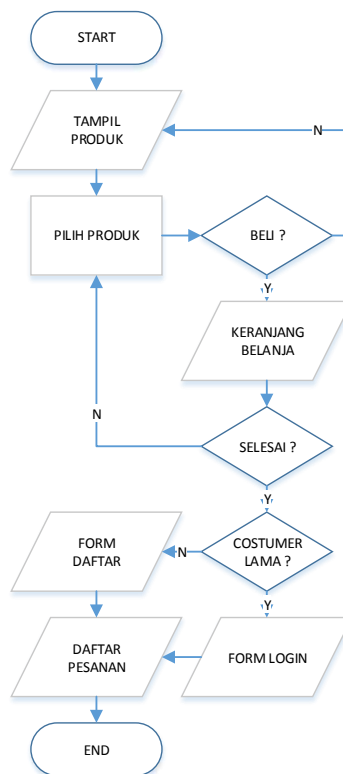
Basisdata atau Database, menurut Stephens dan Plew (2000), merupakan mekanisme yang digunakan untuk menyimpan informasi atau data.^[6] Perancangan database dibuat untuk merancang tabel-tabel yang dibutuhkan untuk membuat e-commerce yang sudah direncanakan. Proses ini dilakukan dengan menentukan calon tabel yang dibutuhkan dalam sistem, selanjutnya dibuat *conceptual*-nya sebelum diimplementasikan menjadi database yang akan diterapkan. Rancangan database yang digunakan dalam rancangan sistem ini adalah sebagaimana gambar di bawah ini;



Gambar 4. Desain Database

Flowchart

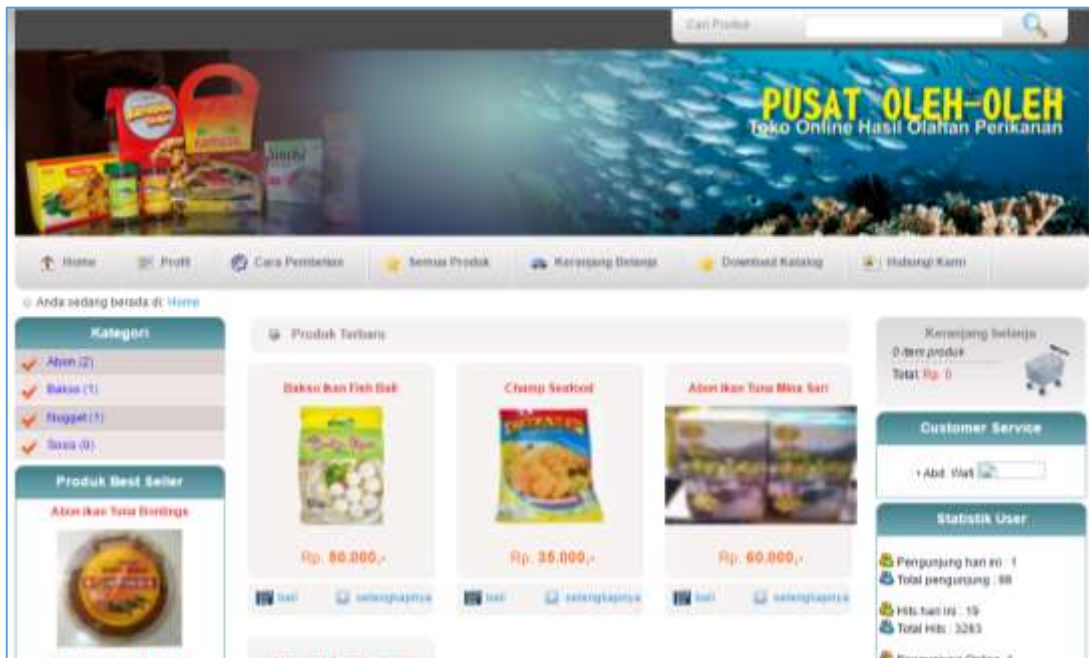
Flowchart adalah bagan yang menunjukkan alur di dalam program atau prosedur sistem secara logika.^[4] Flowchart biasanya digunakan untuk alat bantu komunikasi dan komunikasi. Flowchart dalam sistem e-commerce ini menggambarkan aliran proses yang dilakukan oleh seorang customer saat melakukan pemesanan produk. Dalam flowchart ini alur dari proses akan digambarkan melalui simbol-simbol yang sudah ditentukan.



Gambar 5. Flowchart Aplikasi

Implementasi

Perancangan e-commerce untuk pemasaran hasil olahan produk perikanan ini dibangun berbasis client server. Dikarenakan sistem yang dibangun ini tujuan utamanya adalah untuk memasarkan, maka tentunya sistem ini harus diimplementasikan dengan menggunakan server atau hosting domain, dan internet sebagai media penyebaran dan aksesnya. Hasil dari perancangan sistem pemasaran tersebut dapat dilihat pada gambar 6;



Gambar 6. Tampilan e-Commerce

Customer dapat melihat-lihat produk sebelum melakukan pemesanan. Jika ada produk yang cocok customer dapat mememesannya dengan cara mengklik tombol beli yang selanjutnya akan masuk di keranjang. Jika sudah selesai maka customer akan diminta untuk login ke aplikasi dan diarahkan ke total pemesanan yang sudah dilakukan oleh customer tersebut. Selanjutnya akan diarahkan pada keranjang belanja seperti yang terlihat pada gambar 7.



Gambar 7. Keranjang Belanja

Setelah customer memilih produk yang akan dibeli maka diarahkan sebagaimana yang ada pada gambar 7. Selanjutnya untuk menambah produk lain yang ingin dibeli maka tinggal klik lanjutkan belanja, namun jika sudah dirasa cukup dan ingin lanjut ke berikutnya tinggal klik selesai belanja dan akan diarahkan ke Login untuk customer yang sudah memiliki account dan daftar baru untuk customer yang belum mempunyai account sebagaimana gambar 8.



Gambar 8. Form Login dan Daftar Costumer

Selanjutnya proses dilanjutkan di dalam halaman khusus bagi para costumer. Dalam aplikasi akan ditampilkan biaya keseluruhan yang ditanggungkan ke costumer, dan pihak toko akan memproses pengiriman setelah costumer melakukan pembayaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Analisis dan Perancangan e-commerce untuk pemasaran hasil olahan perikanan ini dibangun untuk membantu memasarkan produk olahan hasil perikanan, sehingga produk-produk tersebut dapat tersebar dengan bebas melalui dunia maya. Saat ini tidak hanya kalangan muda saja yang memanfaatkan media online untuk mendapatkan barang-barang kesukaannya, bahkan semua generasi pun sudah terbiasa dengan sistem jual beli online saat ini. Terkait dengan olahan hasil perikanan yang sudah dipromosikan dengan media e-commerce, jika ada costumer yang tertarik akan produk tersebut, maka dapat melakukan pemesanan melalui sistem yang sudah dibangun. Sistem ini dirasa cukup membantu untuk pemasaran berikut pemesanannya.

Saran

Sistem yang dibangun ini masih butuh dilakukan pengembangan, dikarenakan sistem ini hanya terhenti pada proses pemesanan saja. Sementara untuk pembayaran masih dilakukan secara terpisah melalui manually bank transfer. Oleh karena itu untuk penelitian selanjutnya diperlukan pengembangan untuk sinkronisasi pembayaran melalui otomatisasi transfer rekening bank, agar layanan pada costumer lebih powerfull.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agustina, Shinta. 2011. *Manajemen Pemasaran*. UB Press. Malang.
- [2] Fahrurrozi, Imam dan Azhari SN. "Proses Pemodelan Software dengan Metode Waterfall dan Extreme Programming: Studi Perbandingan". Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.

- [3] Fitriah Rian. 2012. "Analisis dan Perancangan Perpustakaan Digital dan Sistem Otomasi Perpustakaan SMA Negeri 3 Palembang". Prodi Teknik Informatika. Universitas Bina Dharma Palembang.
- [4] Jogiyanto, HM. 2005. *Analisis dan Desain Sistem Informasi : Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- [5] Richardus, Eko Indrajit. 2002. "Electronic Commerce Strategi dan Konsep Bisnis di Dunia Maya". Dalam APTIKOM.
- [6] Simarmata, Janner dan Imam Paryudi. 2006. *Basisdata*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- [7] www.wartagro.com. 2015. "Berita Bisnis Pengolahan Ikan yang Menggiurkan". 16 Maret.