

**PEMBUATAN WEBSITE MARKET PLACE  
UNTUK MEMBANTU PELAKU USAHA DALAM MEMASARKAN  
PRODUKNYA**

**Rendy Gunawan, Bambang Prijambodo, Hendra Dinata**

Jurusan Sistem Informasi / Fakultas Teknik

s6137006@ubaya.ac.id, prijambodo@staff.ubaya.ac.id, hdinata@staff.ubaya.ac.id

**Abstrak** – Perkembangan internet saat ini dimanfaatkan untuk meningkatkan nilai finansial oleh para pelaku usaha untuk memasarkan dan menjual produk mereka secara lebih luas dan mudah. Melalui penelitian yang telah penulis lakukan dengan menggunakan kuesioner, diketahui bahwa saat ini banyak masyarakat yang tertarik melakukan penjualan produk online secara dropship untuk dapat menambah penghasilan mereka, namun saat ini dibutuhkan sistem yang dapat mempersingkat proses transaksi dropship tersebut. Diketahui juga bahwa kegiatan tawar-menawar dalam berbelanja juga dapat meningkatkan nilai kepuasan pembeli. Saat ini jumlah permintaan akan transaksi online secara tatap muka dan COD juga diketahui semakin meningkat terutama untuk jenis-jenis produk tertentu namun banyak penjual yang tidak mau melayaninya dikarenakan faktor keamanan dan keaslian transaksi. Oleh karena itu, pembuatan market place ini bertujuan untuk menciptakan website pemasaran, penjualan produk yang disertai fitur-fitur yang dapat memungkinkan user untuk melakukan penjualan produk dengan *sistem dropship otomatis* yang dapat mempersingkat transaksi dropship saat ini. Serta menggabungkan sistem tawar-menawar kedalam e-market place untuk meningkatkan kepuasan pengguna dalam bertransaksi dan sistem yang dapat meningkatkan rasa aman penjual dalam bertransaksi secara ketemuan dan COD yang belum disediakan oleh e-market place yang telah hadir di Indonesia saat ini.

**Kata kunci :** *Dropship, E-Market Place, Cash On Delivery, Tawar – menawar*

**Abstract** – Development of the internet is used to increase the financial value by businesses to market and sell their products more widely and easily. Through research that has been done by using a questionnaire, note that today many people who are interested in selling products online dropship to be able to improve their income, but

this time needed a system that could streamline the transaction process of dropship. Please also note that the activities of the bargain in shopping can also increase the value of customer satisfaction. Currently the number of inquiries for online transactions face to face and COD(Cash On Delivery) also known increasing, especially for certain types of products, but many sellers who do not want to serve him because of the safety factor and the authenticity of the transaction. Therefore, this thesis aims to create a website marketing, selling products with features that can allow the user to make the sale of products with the dropship system that can automatically shorten transaction dropship today. And combining the bargaining system into the e-market place to increase user satisfaction in transactions and systems that can improve the sense of security is to meet the seller in the transaction and COD which are not provided by the e-market place that has been present in Indonesia at this time.

**Key Words :** *Dropship, E-Market Place, Cash On Delivery, Tawar – menawar*

## **1. LATAR BELAKANG**

Saat ini hampir semua jenis produk dapat kita temukan ditawarkan secara online, mulai dari pakaian, barang konsumsi, alat kesehatan, alat olah raga, perangkat elektronik dan berbagai jenis produk lainnya. Jumlah E-market place di Indonesiapun semakin meningkat dari tahun ketahun dan menawarkan berbagai macam fitur yang berbeda.

Namun walaupun saat ini telah banyak market place yang hadir di Indonesia saat ini, diketahui juga masih banyak ketidakpuasan pengguna akibat masih banyaknya fitur fitur yang belum tersedia , seperti fitur tawar-menawar yang diketahui dapat meningkatkan rasa nyaman dan kepuasan user dalam bertransaksi. Serta fitur yang dapat membantu pengguna untuk berjualan secara dropship (menjual produk pengguna lain) yang saat ini sedang populer di masyarakat Indonesia dengan proses yang instan dan mudah dibanding teknik penjual dropship yang ada saat ini.

Oleh karena itu dibuatlah sistem *dropship otomatis* yang dapat menjadi solusi kebutuhan pengguna untuk dapat menghasilkan pendapatan dari teknik penjualan secara dropshipping yang lebih mudah, dan cepat dalam pelaksanaannya. Diketahui juga bahwa dengan menggunakan teknik penjualan secara dropshipping secara langsung mempengaruhi pemasaran produk menjadi lebih luas, yang mana produk dapat dikenal melalui agent-agent penjual (dropshipper) dengan jumlah yang tidak terbatas, sehingga otomatis penjualan dapat terjadi lebih cepat dan lebih banyak.

Saat ini masih banyak juga pengguna internet yang tidak menyukai transaksi pembelian produk secara online dikarenakan harus menanggung ongkos kirim yang dibebankan kepada pembeli. Selain itu saat ini didalam transaksi online di Indonesia masih banyak calon pembeli yang berminat untuk melihat langsung kualitas produk terlebih dahulu sebelum benar-benar membeli produk tersebut. Hal ini didasari oleh faktor kebiasaan berbelanja secara tradisional maupun masih adanya unsur ketidaknyamanan dan keraguan dalam bertransaksi tanpa melalui tatap muka dengan penjual.

Dari sisi penjualpun, juga memiliki keraguan tersendiri dalam melayani transaksi secara ketemuan dan COD (Cash On Delivery) yaitu adanya ancaman calon pembeli yang tidak bertanggung jawab dengan mengorder dan membuat janji di sebuah tempat namun ternyata transaksi itu hanya bersifat palsu(scam). Hal tersebutlah yang menjadi salah satu faktor pelaku usaha merasa tidak nyaman dan aman dalam bertransaksi secara COD dengan calon pembeli. Oleh karena itu pada website market place yang akan dibuat akan ditambahkan juga sistem yang dapat memberikan kemudahan untuk transaksi bebas ongkos kirim dan sistem yang dapat menarik penjual untuk menerima transaksi secara COD dengan menyediakan sistem yang dapat memberikan rasa aman kepada pihak penjual.

## **2. RUMUSAN MASALAH**

Bagaimana membantu para pelaku usaha untuk memasarkan produknya dan meraih kepercayaan konsumen melalui sebuah website market place?

## **3. TUJUAN**

Tujuan yang hendak dicapai dari pembuatan Program ini adalah :

“Membuat Website Market place Yang Dapat Membantu Para Pelaku Usaha Untuk Memasarkan Produknya Dan Meraih Kepercayaan”.

#### **4. METODE PENELITIAN**

Metodologi penelitian yang digunakan dalam pembuatan program ini terdiri atas beberapa langkah berikut ini, yaitu:

a. Perencanaan dan analisis

Mengamati(observasi)kelebihan dan kekurangan kompetitor sejenis, dan merencanakan fitur pendukung yang dapat mengurangi bahkan menghilangkan dampak kelemahan sejenis pada sistem yang akan dibuat.

b. Desain Website

Merancang desain Website sesuai dengan tren yang sedang terjadi di lingkungan masyarakat Indonesia,seperti dalam hal komposisi warna,letak menu,ukuran dan jenis tulisan, guna memberikan tampilan website yang dapat mudah dimengerti dan menarik bagi pengguna.

c. Implementasi

Mengimplementasikan dari informasi saat analisis sistem dan juga menggunakan desain yang telah dibuat pada desain Website.

d. Testing dan evaluasi

Tahap pengujian dari hasil implementasi, sehingga mengetahui bahwa Web Sistem Pemasaran yang telah dibuat tersebut telah bebas dari *error* dan juga siap untuk digunakan.

e. Penyusunan Laporan

Penyusunan laporan mengenai pembuatan website market place untuk membantu pelaku usaha dalam memasarkan produknya untuk menjadi sebuah buku yang baik.

#### **5. DASAR TEORI**

Dasar teori yang akan dibahas meliputi E-Commerce, Market Place, Dropshipping, Automatic System, AJAX, JQUERY Java Script, MYSQL, Angket dan Tawar-Menawar.

- Secara garis besar menurut (Munir Fuady, 2005:407) e-commerce dapat diartikan sebagai aplikasi perdagangan yang menggunakan sarana internet untuk menghubungkan antara penjual maupun pembeli, untuk bertansaksi produk fisik maupun produk non fisik (digital/jasa).
- Market place merupakan salah satu bentuk e-commerce yang menyerupai pasar dimana mempertemukan atau menghubungkan antara banyak pembeli dengan banyak penjual, namun segala tindakan transaksi antara pembeli dan penjual terjadi didalam jaringan(online).
- Dropshipping merupakan salah satu teknik pengadaan produk, dengan menjual kembali produk yang dimiliki suppliernya tanpa membeli produk tersebut terlebih dahulu, dan pelakunya disebut Dropshipper.
- Pengertian Automaticity menurut Solso(2007) adalah salah satu bentuk ciri khas proses kognitif yang mana komponen tindakan yang dilakukan dengan konsisten dan cepat, dengan beban seminimal mungkin.
- Java Script tidak dapat digunakan untuk menciptakan suatu aplikasi ataupun applet, oleh karena itu java script disebut memiliki sifat sederhana. (Andy Sunyoto & M.Kom, 2007).
- AJAX merupakan kombinasi antara javascript dan XML yang digunakan untuk mengakses sumber data di server.
- JQuery dibuat dengan menggunakan JavaScript untuk mempermudah dan menyederhanakan perintah-perintah umum yang dibutuhkan didalam proses website

- Mysql adalah wujud dari penerapan sistem manajemen basis data yang relasional.
- Pengertian angket menurut Arikunto (2006:151), angket merupakan sebuah teknik dalam pengumpulan data menggunakan kuesioner yang terdiri atas beberapa daftar pertanyaan ataupun pernyataan untuk diisi sendiri oleh responden baik dilakukan secara langsung maupun secara tidak langsung.
- Rating Scale adalah salah satu teknik pengumpulan data yang terdiri atas pernyataan yang diikuti oleh kolom-kolom yang menunjukkan skala bertingkat yang harus dipilih oleh responden, umumnya mulai dari sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- Tawar menawar ada dimanapun, seperti yang diungkapkan oleh Alsherhan (2009) bahwa kegiatan tawar menawar sangat dekat dengan kehidupan kita, karena tawar-menawar hadir didalam semua jenis perdagangan , baik dilayanan penjualan, transportasi, penjualan barang tahan lama seperti rumah,dan gadget bahkan barang habis pakai seperti pakaian ataupun makanan sehari-hari.
- Kegiatan tawar-menawar juga dinilai oleh Maxwell et all (2003) dapat memberikan nilai kepuasan lebih kepada penjual dan pembeli yang bertransaksi ketika kebutuhan kedua belah pihak tawar-menawar terpenuhi.

## **6. ANALISIS SISTEM**

Namun walaupun saat ini website market place di Indonesia telah banyak hadir, dan beberapa fitur-fitur pendukung kenyamanan pembeli bertransaksi seperti kolom komentar dan fitur rating pengguna. Sampai saat ini juga masih banyak ketidakpuasan pengguna akibat masih banyaknya fitur-fitur yang belum tersedia pada market place yang telah ada saat ini. Di Indonesia sendiri terkenal dengan budaya tawar-menawar namun sampai saat ini belum terdapat market place yang dapat menggabungkan budaya tersebut ke dalam konsep market place.

Dengan menggabungkan sistem tawar-menawar ke dalam e-market place maka akan meningkatkan rasa nyaman dan kepuasan user dalam bertransaksi. Di lain hal dengan kemudahan yang diberikan transaksi online saat ini, jumlah transaksi online meningkat dan biaya pemenuhan gaya hidup semakin besar. Di Indonesia saat ini juga telah banyak masyarakat yang tertarik melakukan penjualan produk secara online untuk dapat menambah penghasilan mereka. Namun mereka mengalami beberapa kesulitan yaitu untuk menemukan ide produk yang akan dijual, mendapatkan modal membeli stok barang jualan, menemukan supplier yang sesuai, dan kesulitan dalam menangani pembeli.

Oleh karena itu dibutuhkan sistem yang dapat memungkinkan user untuk melakukan penjualan produk dengan *sistem dropship otomatis* yang dapat menjadi solusi kesulitan mereka dan memberikan penghasilan tambahan kepada mereka. Pemasaran dengan sistem dropship saat ini sangat efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas, produk dapat dikenal melalui agent-agent penjual (dropshipper) dengan jumlah yang tidak terbatas, sehingga otomatis penjualan dapat terjadi lebih cepat dan lebih banyak.

Ditengah berkembangnya pasar jual beli melalui market place saat ini masih banyak juga pengguna internet yang tidak menyukai transaksi pembelian produk secara online

dikarenakan harus menanggung ongkos kirim yang bebaskan kepada pembeli. Selain itu saat ini didalam transaksi online di Indonesia masih banyak calon pembeli yang berminat untuk melihat langsung kualitas produk terlebih dahulu sebelum benar-benar membeli produk tersebut. Hal ini didasari oleh faktor kebiasaan berbelanja secara tradisional maupun masih adanya unsur ketidaknyamanan dan keraguan dalam bertransaksi tanpa melalui tatap muka dengan penjual.

Disisi penjualpun, penjual juga memiliki keraguan tersendiri dalam melayani transaksi secara ketemuan dan COD (Cash On Delivery) yaitu adanya ancaman calon pembeli yang tidak bertanggung jawab dengan mengorder dan membuat janji di sebuah tempat namun ternyata transaksi itu hanya bersifat palsu. Hal tersebutlah yang menjadi salah satu faktor pelaku usaha merasa tidak nyaman dan aman dalam bertransaksi secara COD dengan calon pembeli.

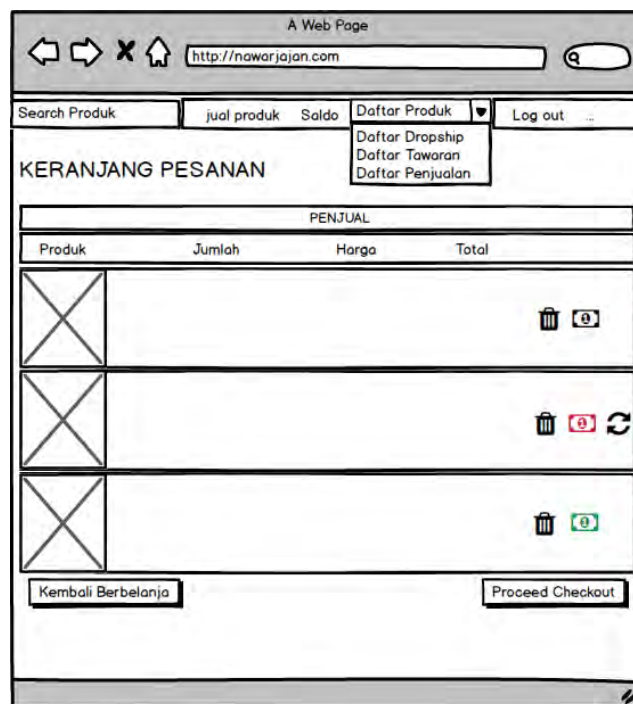
## **7. DESAIN SISTEM**

Desain website market place yang dibuat meliputi rancangan desain user interface, desain basis data, dan desain BPMN (Business Process Model Notation). Pada desain user interface meliputi dua bagian panel, yaitu front-end untuk pengguna dan tampilan back-end untuk admin. Desain user interface untuk front-end yang akan ditampilkan ialah halaman keranjang, sedangkan desain interface halaman back-end yang akan ditampilkan adalah halaman daftar transferan.

Halaman keranjang merupakan halaman yang akan menampilkan informasi produk yang berada pada keranjang pembeli, seperti informasi produk yang telah dipilih seperti, nama, total harga, jumlah dan beratnya. Pada halaman ini akan

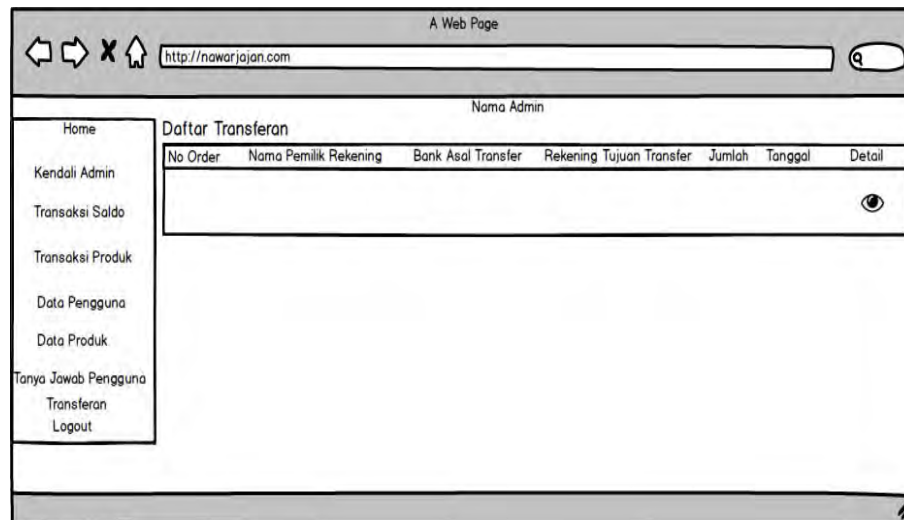


terdapat icon “money” yang berbentuk uang kertas yang menampilkan status tawaran, ketika icon “money” berwarna abu-abu itu berarti bahwa tawaran belum di respon oleh pemilik produk. Ketika icon berwarna hijau maka artinya tawaran harga diterima, dan ketika icon berwarna merah, itu berarti tawaran di tolak, sedangkan jika icon money berwarna ungu maka tawaran pengguna telah ditanggapi dengan tawaran harga baru dari penjual. Berikut tampilan halaman Keranjang pada gambar J.1.



**Gambar J.1 Halaman Keranjang**

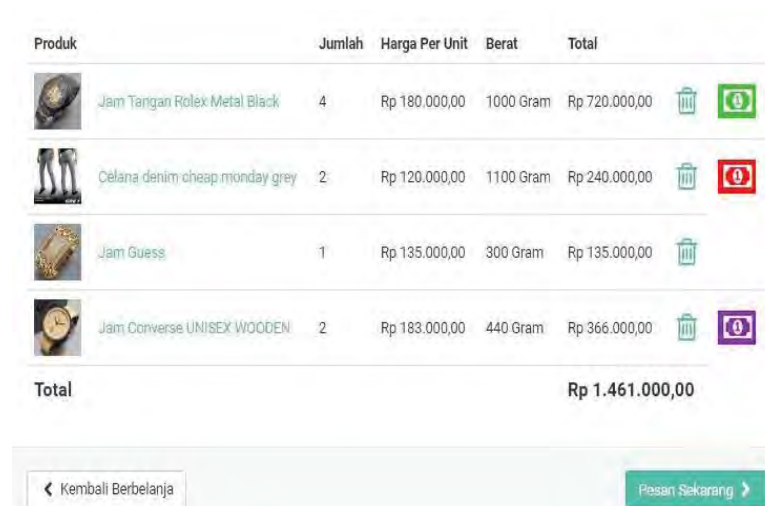
Halaman daftar transferan, halaman ini berfungsi untuk menampilkan daftar transferan yang dilakukan pengguna ke rekening sistem. Pada setiap transaksi terdapat icon eye untuk melihat detail orderan atas transferan tersebut. Berikut ini adalah tampilan halaman Daftar Transferan pada gambar J.2.



**Gambar J.2 Halaman Daftar Transferan**

## 8. IMPLEMENTASI SISTEM

Implementasi yang dibuat dimulai dari lingkungan implementasi basis data dan implementasi proses yang akan membahas coding yang digunakan dalam pembuatan website ini serta implementasi tampilan sistem dari website market place ini. Implementasi tampilan panel front-end yang akan ditampilkan adalah tampilan halaman keranjang seperti yang dapat dilihat pada Gambar J.3.



**Gambar J.3 Tampilan Halaman Keranjang**

Pada website market place yang dibuat juga terdapat halaman-halaman khusus untuk pengguna panel administrator . Halaman tersebut terdiri atas halaman untuk mengubah data admin, memverifikasi transferan masuk, memverifikasi permintaan pencairan saldo, melihat dan memblokir daftar pengguna dan produk, dan halaman ubah banner pada website market place yang dibuat. Implementasi tampilan panel back-end yang akan ditampilkan adalah implementasi halaman daftar permintaan pencairan saldo seperti yang dapat dilihat pada gambar J.4.



Nomor Saldo	Tanggal	Total	Pemilik Rekening	Bank Tujuan Transfer	Nomor Rekening	Status	Aksi
312	23 November 2016	Rp.1.000.000,00	randy	BCA	08857312	Belum diproses	✓
313	24 November 2016	Rp.1.000.000,00	randy	BCA	08857312	Belum diproses	✓

**Gambar J.4 Halaman Daftar Pencairan Saldo**

## **9. UJI COBA DAN EVALUASI**

Proses uji coba dan evaluasi sistem website e-market place ini dilakukan dalam dua tahap yaitu tahap verifikasi dan validasi. Proses verifikasi adalah tahap pengujian yang bertujuan untuk memastikan bahwa sistem website yang dibuat telah dapat berjalan dengan baik ataupun belum. Tahap validasi adalah tahap pengujian sistem website market place yang dibuat yang dilakukan oleh pengguna yang bertujuan untuk memastikan bahwa website yang telah dibuat sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna dan tujuan yang diharapkan.

Hasil uji coba yang ditampilkan ialah hasil uji coba validasi untuk memvalidasi sistem penjualan, pembelian, dropship, dan penawaran yang tersedia

pada website e-market place yang telah dibuat. Dan hasil uji coba validasinya ialah sebagai berikut ini:

- Seluruh responden menyambut positif sistem dropship yang disediakan pada website e-market place yang dibuat, bahwa sistem dropship otomatis yang tersedia pada website ini sangat membantu untuk meningkatkan peluang produktifitas penggunaannya.
- Seluruh responden menyambut positif sistem dropship yang disediakan pada website e-market place yang dibuat, bahwa sistem yang dibuat benar-benar dapat menyingkat waktu yang dibutuhkan untuk proses penjualan secara dropshipping.
- Responden setuju bahwa fungsi dan fitur-fitur pembelian dan penjualan pada website e-market place ini mudah dipahami.
- Responden sangat setuju bahwa sistem pada website e-market place ini berhasil memberikan perlindungan dan rasa aman kepada pembeli dalam bertransaksi secara COD.
- Responden setuju bahwa dengan adanya sistem tawar berhasil meningkatkan minat dan kepuasan pengguna dalam membeli produk secara online.

## **10. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil uji coba dan evaluasi yang telah dilakukan, kesimpulan yang dapat ditarik dari keseluruhan sistem website market place yang telah dibuat adalah sebagai berikut :

1. Sistem yang telah dibuat memberikan kemudahan pengguna untuk menjadi dropshipper atas produk pengguna lainnya dengan mudah, sehingga sistem telah menjawab kebutuhan pengguna akan sistem penjualan yang mudah dan instan untuk digunakan.
2. Sistem yang telah dibuat dapat memungkinkan pemilik produk sebagai pengguna untuk mendapatkan dan mampu menangani dropshipper dengan lebih mudah, sehingga peluang untuk memasarkan dan menjual produk-produknya menjadi lebih luas dan cepat menjadi lebih besar.
3. Sistem yang dibuat berhasil menciptakan peluang pengguna untuk mendapat penghasilan tanpa batas.
4. Sistem dapat meningkatkan kepuasan pembeli dalam berbelanja melalui e-market place ini dengan adanya fitur tawar yang tersedia.
5. Sistem yang dibuat dapat memudahkan pengguna untuk memantau jumlah stok barang yang ada saat ini sehingga menghindarkan penjual dari kekurangan stok.
6. Sistem blokir saldo dan blokir akun pembeli yang tersedia pada website. Telah terbukti dapat membantu menciptakan rasa aman dan nyaman penjual dalam melayani transaksi secara ketemuan dan COD.
7. Sistem penginputan jadwal ketemuan oleh pemilik produk dapat memberikan kemudahan kepada pembeli dalam bertransaksi secara tatap muka dengan penjual.
8. Sistem dapat menciptakan peluang untuk membantu pemilik produk untuk memasarkan produk dengan area pemasaran yang sangat luas.

Berikut ini adalah saran yang dapat digunakan untuk pengembangan sistem kedepannya, antara lain :

- Menghubungkan sistem website dengan bank untuk mendapatkan fasilitas pengecekan transaksi secara otomatis, sehingga proses bisnis didalam e-market place ini menjadi lebih cepat dan mudah.

- Menciptakan e-market place dalam platform favorite seperti android ataupun ios.
- Menciptakan e-market place yang dapat melacak nomor bukti pengiriman secara otomatis dengan melakukan kerjasama dengan pihak ekspedisi.

## **Daftar Pustaka**

Alsheran, B.B.A, 2009, *Propensity to bargain in marketing exchange situations: a comparative study*, European Journal of Marketing, Vol.43 No 3/4, pp.350-63.

Brady, M., & Loonam, J, 2010, *Exploring the use of entity-relationship diagramming as a technique to support grounded theory inquiry*. Bradford: Emerald Group

Elmasari, Ramez and Shamkant B. Navathe. *Fundamentals of Database System*, Third Edition. The Benjamin/Cummings Publishing Company, Inc, United States of America, 2000.

Fuady Munir, 2005, *Electronic Market Transfer*. Yogyakarta :ANDI.

Herrmann, GM, 2004, *Haggling spoken here: Gender, class and style in US garage sale bargaining*, Journal of Popular Culture, Vol.38 No.1, pp 55-81.

Maxwell,S,Nye,P. and Maxwell, N, 2003, *The wrath of the fairness-primed negotiator when the reciprocity norm is violated*, Journal of Business Research, Vol 56 No.5, pp.399-409.

Patton, C. and Balakrishnan, P.V.S, 2010, *The impact of expectation of future negotiation interaction on bargaining process and outcomes*, Journal Of Business Research, Vol 63 No.8, PP.809-16.

Sinaga, Royke. “*Pengguna Internet Paling Banyak Untuk E-mail*”.  
<http://www.antaraneews.com/berita/414196/penggunaan-internet-paling-banyak-untuk-e-mail>. (diakses 15 January 2014)

Solso, R.L., Maclin, O.H., & Maclin, M.K, 2007, *Psikologi Kognitif edisi kedelapan*. Jakarta : Erlangga.

Sunyoto, Andy 2007, *AJAX membangun Web dan Teknologi ASYNCRONOUSE JavaScript dan XML* . Yogyakarta : ANDI.

Arikunto, Suharsimi, 2006, *Metodelogi penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara