

Penerapan *E-Commerce* Penjualan Kopi Muria Berbasis Web (Studi Kasus Kopi Muria Zayna)

Muhammad Ali Maksum¹, Endang Supriyati², Tri Listyorini³

¹Informatic Engineering, Muria Kudus University, Indonesia

201851124@std.umk.ac.id¹, endang.supriyati@umk.ac.id², trilistyorini@umk.ac.id³

Keywords:

E-Commerce,

Kopi,

Web,

Abstract: *Muria coffee is one of the coffee that is growth in the original mountain in area of Muria, there are 2 variants of coffee are famous in the Muria, namely Robusta coffee and Arabica coffee. Every year there is an abundant harvest, therefore, a new idea emerges, namely utilizing raw coffee into processed Muria coffee with the original characteristics of Muria, one of the developers of Muria coffee is zayna coffee which is located in Colo village, Dawe district, Kudus city. However, it is still constrained by the traditional sales system, therefore the researchers created a system that is able to increase sales to all regions by creating a website-based e-commerce. This research method uses literature study, interviews, and observation. The existence of this e-commerce is the best solution to the problems, so that it can increase sales turnover. Therefore, I made a web-based application of Muria coffee beans E-Commerce.*

Kata Kunci:

E-Commerce,

Kopi,

Web,

Abstrak: Kopi Muria adalah kopi yang dibudidayakan di daerah pegunungan asli Muria, terdapat 2 varian kopi yang dikenali Muria yaitu kopi robusta dan kopi arabika. Setiap tahunnya terdapat panen yang berlimpah, oleh karena itu, muncul ide baru yaitu memanfaatkan kopi mentah menjadi olahan kopi Muria dengan ciri khas asli Muria, salah satu pengembang kopi Muria adalah Zayna Coffee yang bertempat di desa Colo kecamatan Dawe kabupaten Kudus. Tetapi masih terkendala dengan sistem penjualan yang masih tradisional, oleh karena itu peneliti membuat sebuah sistem yang mampu meningkatkan penjualan ke semua daerah dengan membuat *e-commerce* yang berbasis *website*. Metode penelitian ini melalui studi pustaka, wawancara, dan observasi. Adanya *e-commerce* merupakan solusi paling bagus dari permasalahan, sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan. Maka dari itu saya membuat penerapan *E-Commerce* biji kopi Muria berbasis *web*.

Article History:

Received: 13-07-2022

Online : 04-08-2022



This is an open access article under the **CC-BY-SA** license



-----◆-----

A. LATAR BELAKANG

Dengan berkembangnya dunia bisnis saat ini, *e-commerce* sangat penting untuk meningkatkan bisnis. Karena masyarakat pun menjadi lebih modern dan ingin segala sesuatu lebih praktis. Masyarakat bisa Mendorong penggunaan teknologi, khususnya mungkin anak muda mampu mengembangkan daerah (Fardiansha, Listyorini, & Supriyati, 2022).

Website salah satu media virtual untuk penyebaran berupa artikel teks, gambar, video dan lain-lain. Sebuah situs web terdiri dari beberapa *form* yang berkaitan dijadikan satu (Nurdin & Darwati, 2017). *Website* media untuk penjualan online.

Pengguna memiliki akses gratis ke situs menggunakan berbagai gadget (Susilo, Kurniati, & Kasmawi, 2018).

E-commerce ialah distribusi penjualan, pembelian, dan promosi barang ataupun jasa apapun berdasarkan teknologi seperti internet, TV, atau lainnya (Rerung & Rante, 2018). Proses pembelian dan penjualan barang secara elektronik melalui transaksi konsumen dan bisnis-ke-bisnis, menggunakan komputer sebagai perantara perdagangan. (Apriadi & Saputra, 2017).

Dalam proses penggunaan *e-commerce*, aktivitas transaksi dan promosi menjadi mudah, transaksi bisa dilakukan dimanapun tidak harus langsung ketoko dimana akan mempermudah proses jual beli (Dwi Imaniawan & Nur, 2019). Kemajuan teknologi komunikasi juga dimanfaatkan oleh usaha kecil kembangkan bisnis mereka. Melalui media sosial yang sekarang seperti jamur, banyak usaha kecil-kecilan gunakan itu sebagai sarana untuk membeli dan menjual dengan pelanggan di seluruh dunia (Listyorini & Meimaharani, 2018).

Kopi merupakan salah satu penghasil devisa negara dan memegang peranan penting dalam perkembangan industri perkebunan (Mawardi, Hanif, Zaini, & Abidin, 2019). Kopi (*Coffee*) adalah hasil dari biji kopi dipanggang dan dihaluskan. Kopi adalah salah satu produk yang populer di seluruh dunia. Dua kopi yang banyak dikenal adalah *Robusta* dan *Arabika*. (Rahardjo & Pudji, 2012).

Kopi Muria yang berada pada desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus mayoritas penduduknya adalah petani kopi yang mengandalkan kopi sebagai sumber pendapatan rumah tangganya (Katemba & Djoh, 2017). Salah satunya Kopi Muria Zayna adalah usaha produk kopi Muria. Usaha ini dimulai pada tahun 2019 yang berfokus pada penjualan olahan dari kopi *robusta*. Nama *zayna coffee* diambil dari nama ibu pemilik dan sampai sekarang sudah memiliki 2 merk yaitu merk *zayna* dan merk alias tetapi cara penjualan masih tradisional yaitu pelanggan datang berkunjung dan memesan kopi secara langsung dan pemasarannya juga terbatas sehingga kurang optimal untuk pengembangan usaha.

Peneliti mengadakan riset di kopi Muria *zayna*, dari permasalahan yang ada dibuatlah sistem *E-Commerce*, pengusaha dapat dengan mudah menjual dan mempromosikan produksi mereka. Sistem *E-Commerce* yang menjual berbagai jenis kopi dengan mudah dan *website* memperluas pasaran. Bagi pengusaha untuk meningkatkan pendapatan dari penjualan memiliki lebih banyak pengaruh daripada penjualan tradisional.

B. METODE

1. Pengumpulan Data

a. Studi Pustaka

Dalam tahapan bagaimana mendapatkan data dari buku, dokumen, majalah dan sumber lain berkaitan dalam pembentukan aplikasi.

b. Observasi

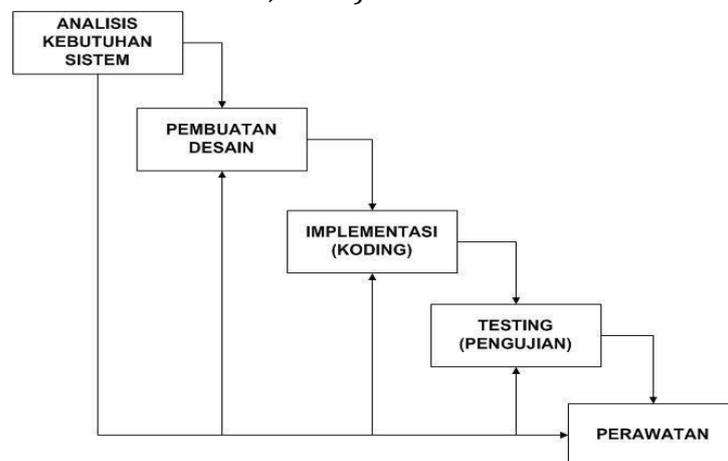
Tahapan ini dilaksanakan observasi langsung ke komunitas penjualan kopi Muria untuk melihat pengolahan, cara penjualan dan pemasaran kopi Muria.

c. Wawancara

Tahapan mendapatkan data menggunakan cara pribadi berbicara pada bersangkutan ini dengan pemilik usaha kopi Zayna untuk mengetahui apa saja yang diperlukan untuk mengembangkan sistem yang akan dijadikan e-commerce.

2. Metode Waterfall

Metode air terjun adalah pengembangan sekuensial di mana dianggap mengalir terus menerus seperti air terjun di seluruh tahapannya. Diagram *waterfall* bisa dilihat dalam gambar 1 (Sommerville & Ivan, 2011).



Gambar 1 Diagram Waterfall

a. Analisa Kebutuhan

Setelah pengumpulan data yang diuraikan diatas didapatkan data dan penulis kemudian menganalisis data yang ada dilanjutkan ketahap pengembangan desain dan sistem.

b. Pembuatan Desain

Dalam tahap ini mengubah analisa data yang didapatkan menjadi desain awal dalam pembuatan aplikasi.

c. Implementasi (Coding)

Tahap pembuatan sistem, *Coding*terjemahkan desain yang dibuat penulis ke dalam bahasa yang dapat dibaca komputer

d. Pengujian

Tahapan akhir dalam pembuatan sistem setelah *coding*, Dilakukannya pengujian sistem untuk mengetahui sistem berjalan dengan baik dan mengetahui apakah adanya kekurangan dalam sistem.

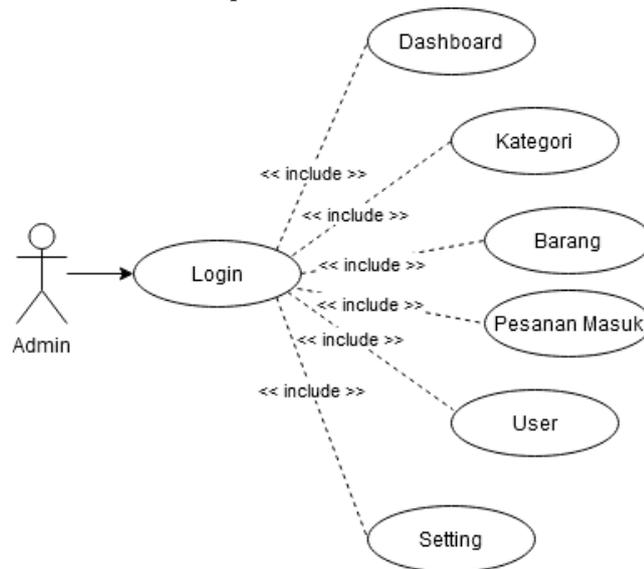
e. Perawatan

Tahap akhir dalam metode *waterfall*, dalam tahapan ini dilakukan pemeliharaan berarti mengembangkan perangkat lunak yang sulit.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

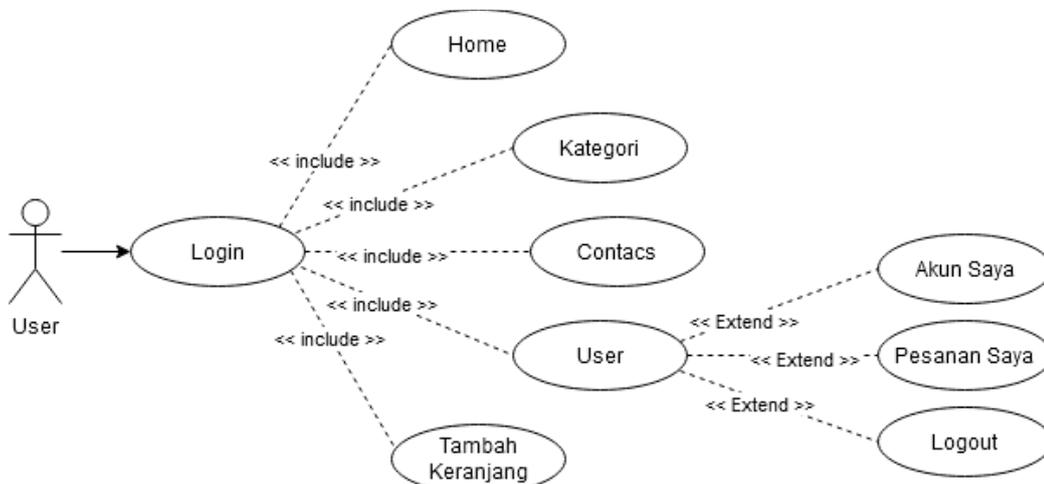
1. Perancangan Sistem

Perancangan ini dibuat setelah mendapatkan data diubah menjadi dalam bentuk desain awal dalam membuat aplikasi, diharapkan bisa membuat memahami sistem yang dibuat oleh penulis. *Usecase Diagram* admin yang terdapat pada Gambar 2. Admin disini mempunyai akses penuh pada web, admin dapat mengelola seluruh akses data yang ada web ini setelah admin masuk ke dalam aplikasi.



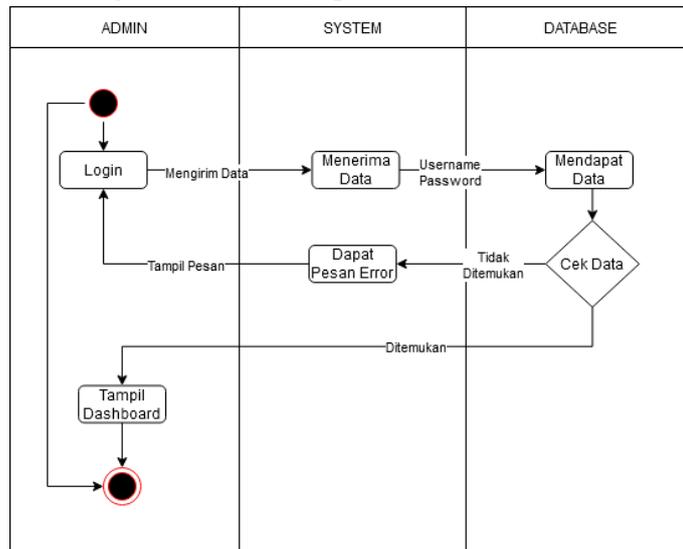
Gambar 2. Use Case Diagram Admin

Usecase Diagram ini untuk pengguna pada Gambar 3. Pengguna yang sudah melakukan pendaftaran dan masuk kedalam web maka bisa melakukan pembelian dalam web.



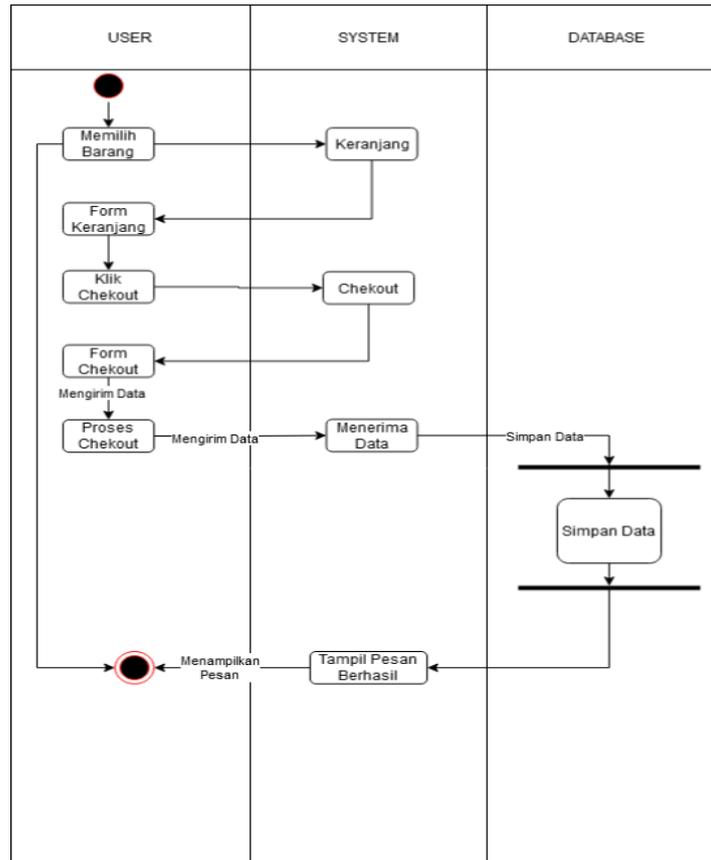
Gambar 3. Use Case Diagram User

Aktivitas Diagram informasi masuk berupa memasukkan *username* dan *password*. Jika akun pemilik kosong atau salah, pesan salah akan tampil. Jika benar maka *user* bisa masuk dan mengakses berbagai fitur belanja pada web ini dicantumkan pada Gambar 4.



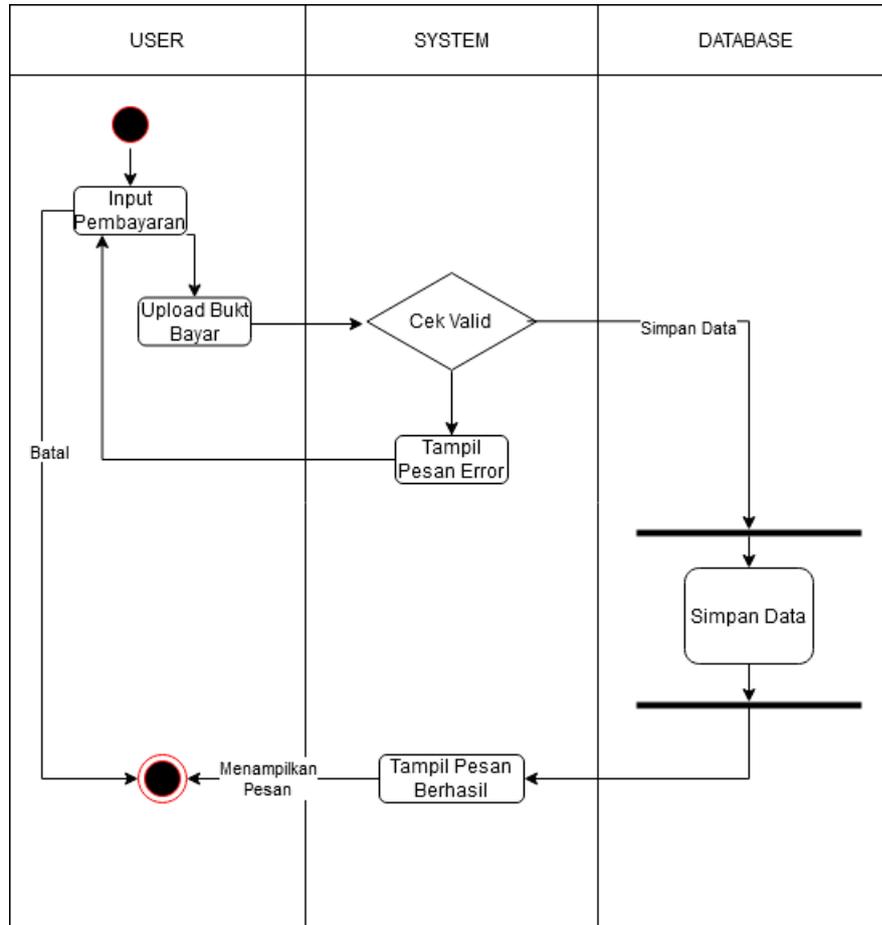
Gambar 4. Aktivitas Diagram Login

Aktivitas informasi pemesanan ini dijelaskan bagaimana pesanan yang dilakukan *user*. Proses dari memilih barang hingga pemesanan dimasukkan ke dalam keranjang lalu diproses ini tercantum pada Gambar 5.



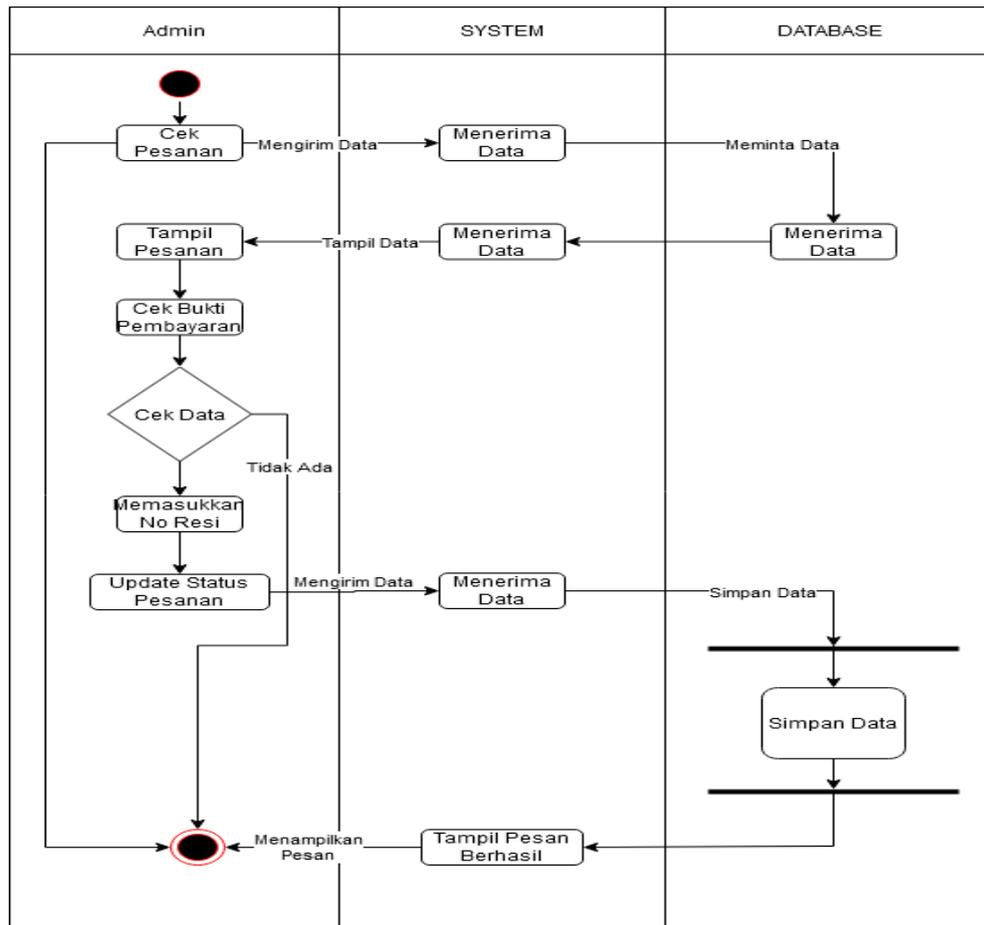
Gambar 5. Aktivitas Diagram Pemesanan

Pada diagram pembayaran ini, hanya *user* yang melakukan pembayaran. Aktivitas ini menjelaskan bagaimana urutan cara pembayaran yang akan dilakukan oleh *user* dimulai input pembayaran kemudian mengunggah bukti ini tercantum pada gambar 6.



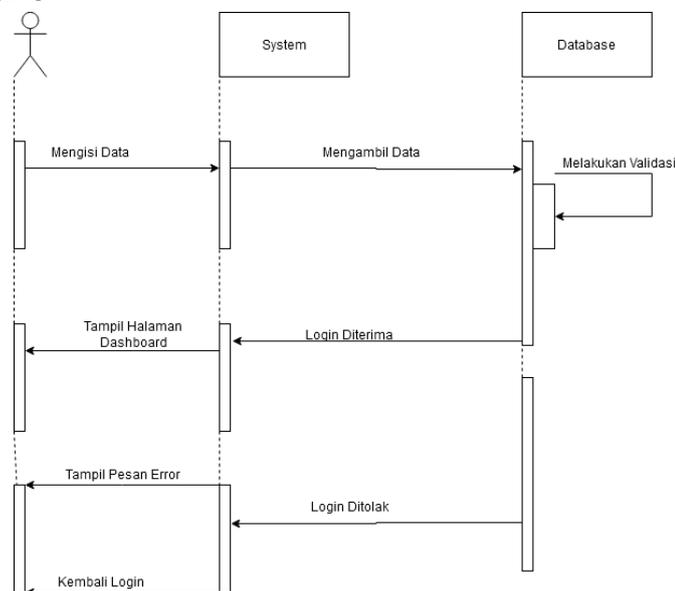
Gambar 6. Aktivitas Diagram Pembayaran

Pada aktivitas ini menjelaskan pesanan yang masuk dan akan di konfirmasi admin. Proses ditampilkan oleh admin dan memastikan data tersebut benar atau salah. Setelah dicek dan benar maka akan diteruskan ke tahapan konfirmasi dan dilanjutkan dengan mengisi nomor resi dan perubahan status pesanan ini tercantum pada gambar 7.



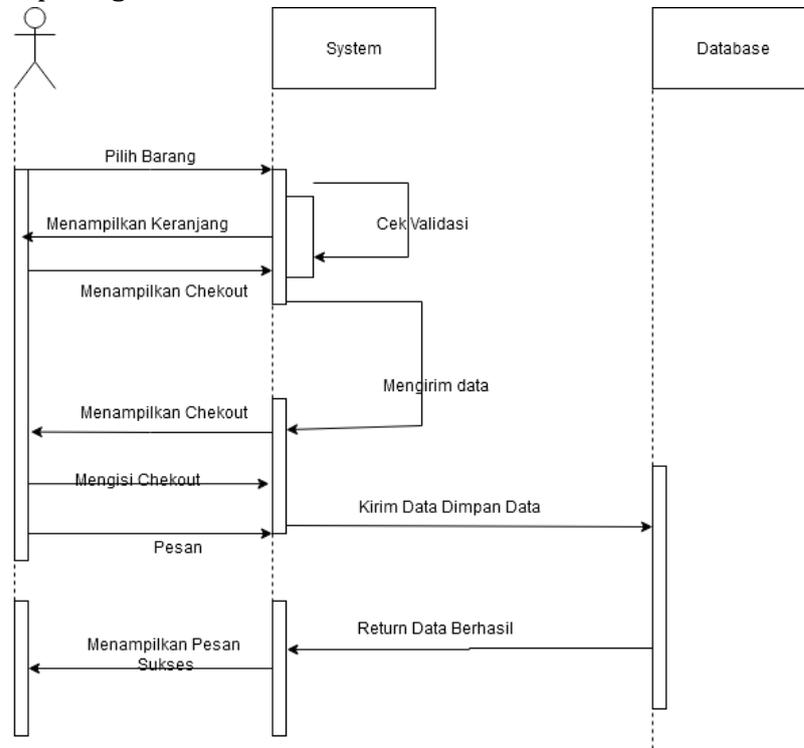
Gambar 7 Activity Diagram Pesanan

Sequence diagram berisi tentang proses *login* admin atau *user* memasukkan data sesuai yang diperintahkan sistem, lalu sistem memastikan data yang masuk benar atau salah. Jika data benar maka *login* berhasil, dan jika salah akan muncul pesan *error* tercantum pada gambar 8.



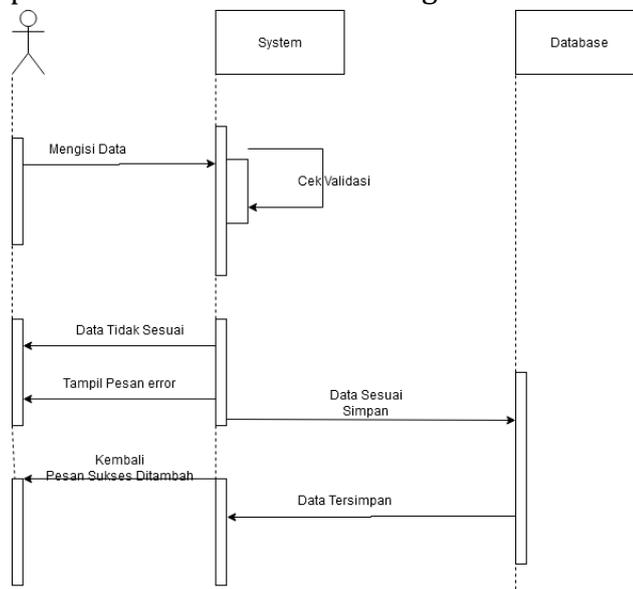
Gambar 8. Sequence Diagram Login

Sequence diagram pesanan proses memilih barang lalu menyimpannya dan sistem memperlihatkan data tersebut dalam keranjang lalu *user* ditampilkan dengan tombol *checkout* dilakukan *user* untuk mengisi *form checkout*. *System* mengecek validasi data, jika data *valid* maka *user* akan menampilkan pesan berhasil, dan data dikirim pada *database* tercantum pada gambar 9.



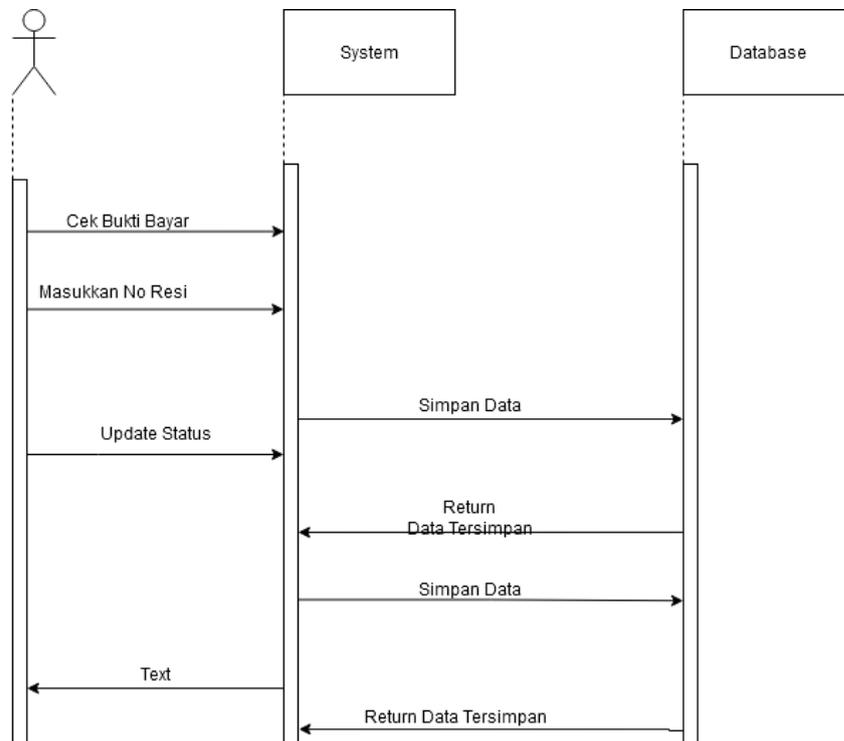
Gambar 9. *Sequence Diagram* Pemesanan

Sequence diagram mengkonfirmasi pembayaran terdapat pada *user* untuk memasukkan dan mengunggah bukti bayar. *System* akan melakukan validasi data. Jika sesuai maka akan tersimpan ke *database* tercantum di gambar 10.



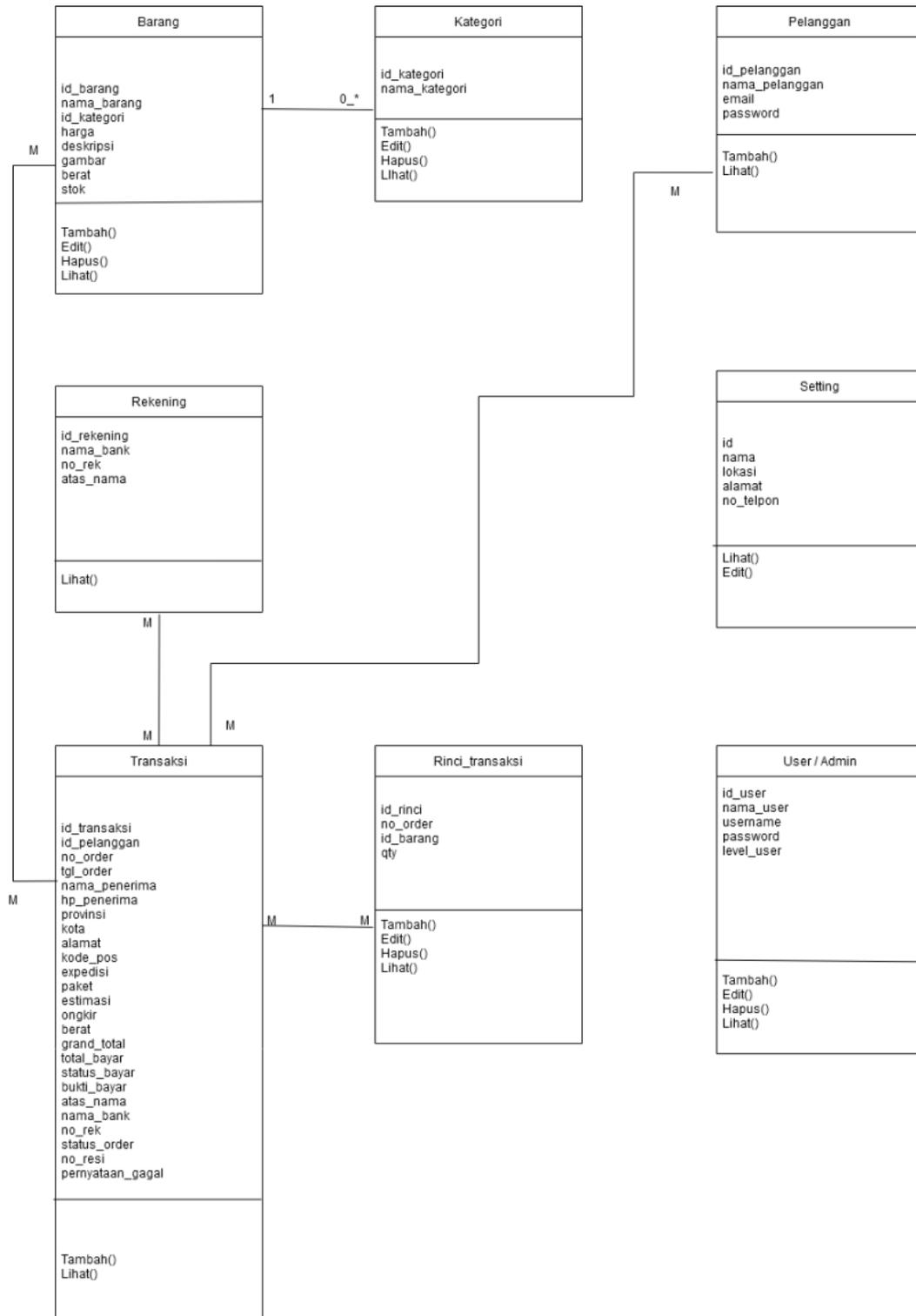
Gambar 10. *Sequence Diagram* Pembayaran

Sequence diagram cek pembayaran dan *update* status ini terdapat pada admin. Admin melihat apa sudah ada bukti atau belum, jika sudah terdapat bukti maka admin dapat mengkonfirmasi pembayaran dan melanjutkan ke proses selanjutnya yaitu mengirim nomor resi dan *update* status tercantum di Gambar 11.



Gambar 11. *Sequence Diagram Pesanan*

Class Diagram dalam pembuatan *database* yang menjelaskan isi *database*, tabel dan relasinya. Tabel *user* dibagi menjadi 2 yaitu admin dan pelanggan. Ke-2 tabel tersebut direlasikan 1-1 untuk mempunyai 1 alamat. Relasi dari semua tabel tercantum di gambar 12.



Gambar 12. Class Diagram.

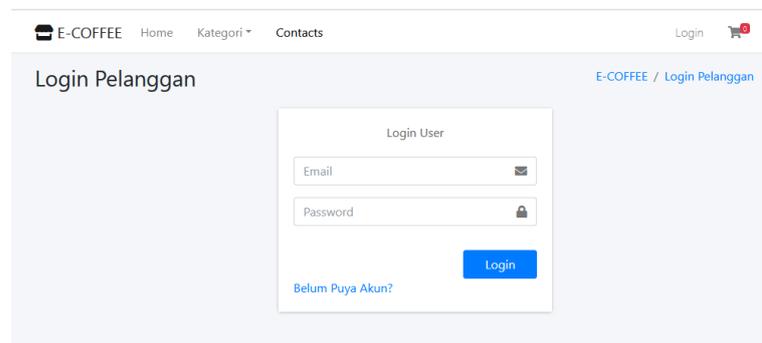
2. Hasil dan Implementasi

Tampilan utama web ini memperlihatkan macam-macam kopi, kategori kopi dan fitur menu lainnya seperti *login*, keranjang, kontak yang bisa dipilih oleh pengguna, bisa dilihat pada Gambar 13.



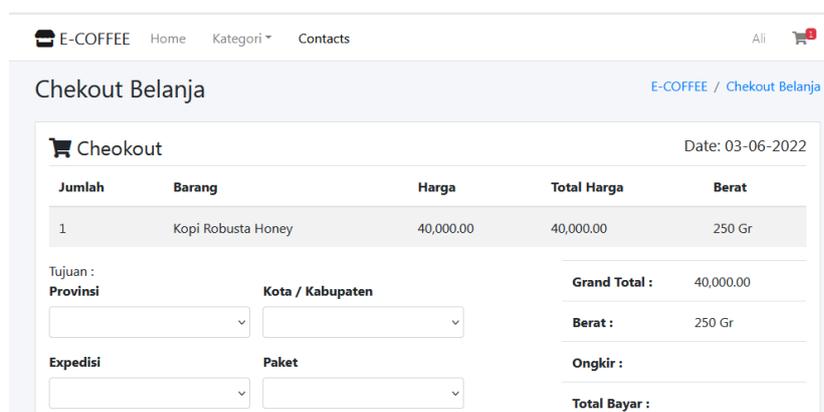
Gambar 13. Tampilan Utama

Halaman login dimana halaman tampilan ini menampilkan produk kopi yang ada pada web ini untuk memudahkan *user* dalam memilih kategori tertentu yang ada di dalam web ini, bisa dilihat pada Gambar 14.



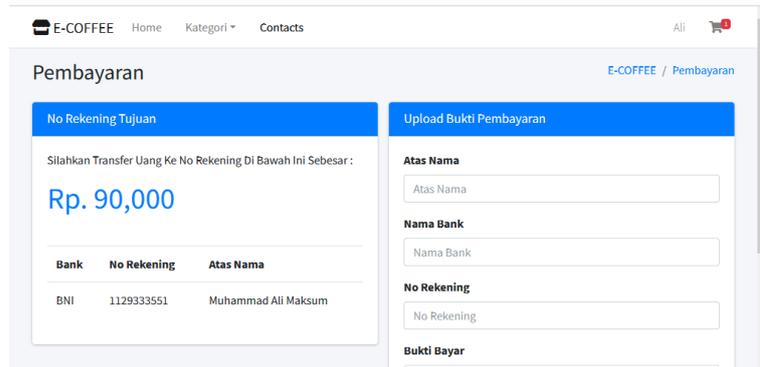
Gambar 14. Tampilan Login

Halaman *checkout* adalah halaman yang ditampilkan untuk *user* melakukan pengisian *form* seperti mengisi provinsi, kota, ekspedisi, paket, alamat, kode pos, nama penerima dan nomor telepon penerima untuk melanjutkan proses transaksi, bisa dilihat pada gambar 15.



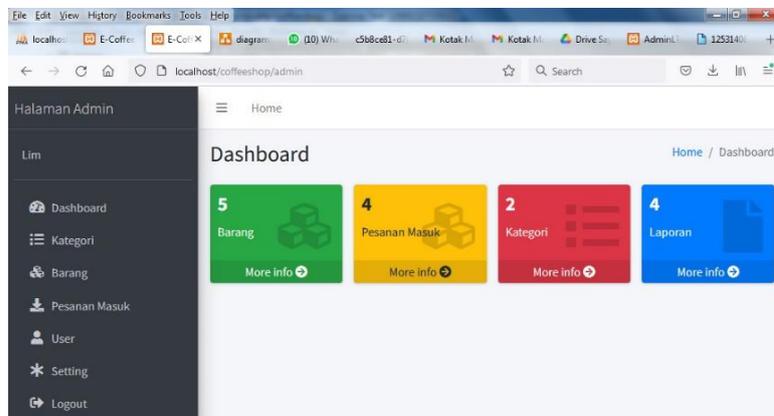
Gambar 15. Tampilan Pemesanan

Halaman pembayaran adalah halaman yang ditampilkan untuk *user* mengisi *form* pembayaran seperti mengisi nama lengkap, nama bank, nomor rekening dan *upload* bukti bayar, bisa dilihat pada Gambar 16.



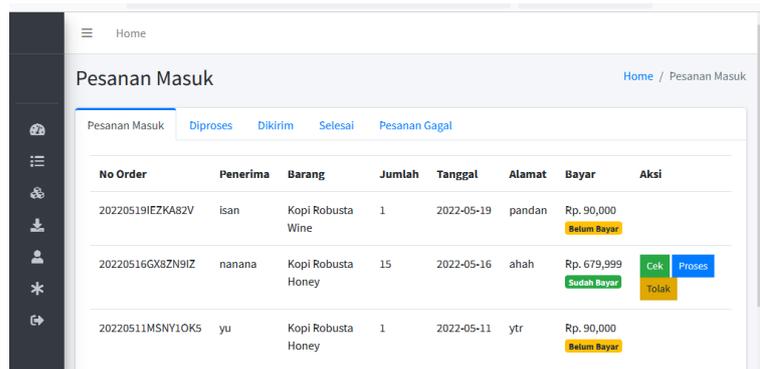
Gambar 16. Tampilan Pembayaran

Halaman *dashboard* admin ini dimana halaman ini menampilkan menu-menu tertentu yang ada pada tampilan web, bisa dilihat pada Gambar 17.



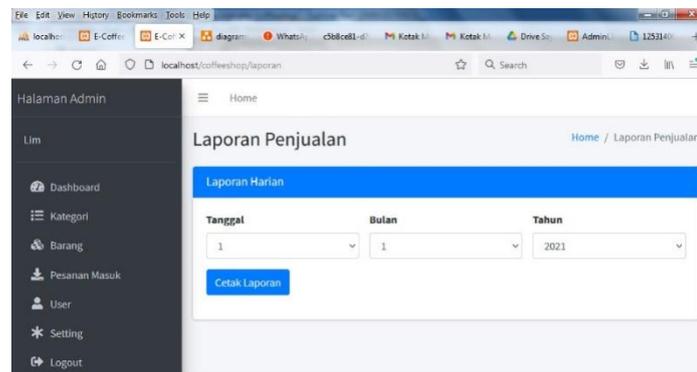
Gambar 17. Tampilan *Dashboard* Admin

Halaman tampilan pesanan masuk dimana admin dapat mengetahui orderan yang masuk dan admin dapat mengupdate status ke berikutnya bisa dilihat pada Gambar 18.



Gambar 18. Tampilan Pesanan

Halaman laporan penjualan menampilkan pesanan yang sudah selesai yang terakumulasi laporan ini juga bisa dicetak dalam format *pdf* bisa dilihat dalam Gambar 19.



Gambar 19. Tampilan Laporan

D. SIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini penulis menyimpulkan bahwa telah dibuat website e-commerce kopi Muria Zayna yang dapat membantu UMKM kopi Muria dalam memudahkan dalam pemasaran menjadi lebih luas dan lebih maju. Sistem ini dikembangkan menggunakan metode *waterfall* dan di buat dengan bahasa pemrograman *PHP* dan *database MYSQL*. Adapun saran yang bisa penulis katakan adalah website *e-commerce* kopi Muria Zayna dapat dikembangkan di penelitian selanjutnya. Semoga bisa dikembangkan ke platform *Android* atau *iOS*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada komunitas kopi Muria terutama kopi Muria Zayna, yang telah membantu dalam penelitian ini dukungan, kerjasamanya berbagai pihak dalam menyelesaikan penelitian dan penulisan karya ilmiah ini.

REFERENSI

- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal Resti* , 131-136.
- Dwi Imaniawan, F. F., & Nur, H. M. (2019). Perancangan dan Pembuatan Website Penjualan Biji Kopi Pada Society Coffee House Purwokerto. *Jurnal Evolusi* , 61-67.
- Fardiansha, R., Listyorini, T., & Supriyati, E. (2022). E-Marketplace Sentra Kerajinan PANDAI BESI TAHUNAN (Studi Kasus Sentra Kerajinan Pandai Besi Tahunan Desa Putatsari Kecamatan Grobogan Kabupaten Grobogan Jawa Tengah). *Prosiding Seminar Nasional Program Studi Ilmu Pemerintahan Universitas Galuh* , 91-99.
- Katamba, P., & Djoh, R. K. (2017). Prediksi Tingkat Produksi Kopi Menggunakan Regresi Linear. *Jurnal Ilmiah FLASH* , 42-51.
- Listyorini, T., & Meimaharani, R. (2018). Social Commerce Souvenir Ukm Uni-Que Design. *Jurnal Simetris* , 919-924.
- Mawardi, I., Hanif, Zaini, & Abidin, Z. (2019). Penerapan Teknologi Tepat Guna Pascapanen Dalam Upaya Peningkatan Produktifitas Petani Kopi di Kabupaten Bener Meriah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* , 205-213.
- Nurdin, A., & Darwati, I. (2017). Perancangan Web E-Commerce Pada Penjualan Jam Tangan. *Jurnal Teknik Komputer AMIK BSI* , 74-79.

Rahardjo, & Pudji. (2012). *kopi*. Penebar Swadaya Group.

Rerung, & Rante, R. (2018). *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Deepublish.

Sommerville, & Ivan. (2011). *Software Engineering 9th Edition*. Addison-Wesley.

Susilo, M., Kurniati, R., & Kasmawi. (2018). Rancang Bangun Website Toko Online Menggunakan Metode Waterfall. *InfoTekJar (Jurnal Nasional Informatika dan Teknologi Jaringan)* , 98-107.