

## MODEL PENJUALAN IKAN BERBASIS WEB (*E-COMMERCE*) PADA TOKO IKANKOE DI KOTA KUPANG

Lebrina Ivantry Boikh<sup>1</sup>, Suprabadevi Ayumayasari Saraswati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen Sumberdaya Perairan, Fakultas Kelautan dan Perikanan,  
Universitas Nusa Cendana

Email Corespondensi Author : [lebrina@staf.undana.id](mailto:lebrina@staf.undana.id)

**Abstrak-** IkanKoe merupakan toko yang bergerak dibidang penjualan hasil perikanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui model penjualan ikan berbasis web (*e-commerce*) pada toko IkanKoe. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi literatur, observasi dan wawancara dengan pemilik toko IkanKoe. Berdasarkan hasil penelitian sistem penjualan pada toko IkanKoe terdiri dari input sistem penjualan dan Output sistem penjualan. Implementasi sistem *e-commerce* berupa tampilan menu utama, tampilan produk, produk dan keranjang belanja. Aplikasi *e-commerce* membantu dalam mengenalkan produk barang kepada pengunjung dan pelanggan tanpa harus datang ke toko dan website ini memudahkan setiap pelanggan dapat melakukan transaksi dimanapun dia berada.

**Kata Kunci :** Penjualan, IkanKoe, *E-commerce*

### 1. PENDAHULUAN

Internet merupakan media komunikasi yang murah dan terjangkau oleh semua kalangan masyarakat, maka internet sering digunakan sebagai media alternatif untuk menjalankan suatu usaha maupun bisnis. Selama masa pandemi covid-19, sektor bisnis terkena dampak dari perubahan ekonomi yang tidak stabil. Kurangnya penguasaan dalam perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi membuat sektor bisnis mengalami kemunduran bahkan bangkrut. Sebagai media komunikasi dan informasi, internet dapat digunakan sebagai proses jual beli produk, jasa, dan media informasi yang lengkap secara online atau suatu transaksi melalui internet antara penjual dan pembeli yang lebih dikenal dengan *e-commerce*.

*E-commerce* merupakan proses jual beli secara komersial melalui dan menggunakan teknologi digital antara individu yang melibatkan pertukaran nilai (Laudon dan Traver, 2017). IkanKoe merupakan toko yang menjual ikan menggunakan media *e-commerce* dengan melibatkan penggunaan internet, *Word Wibe Web* dan aplikasi media sosial (whatsapp, facebook dan instagram)

atau webs pada perangkat seluler atau *mobile* untuk transaksi bisnis. Produk jualan yang ditawarkan oleh IkanKoe adalah ikan segar dalam keadaan beku (*frozen*) dan produk olahan ikan lainnya.

Ikan merupakan bahan pangan sumber protein hewani yang memiliki kandungan asam lemak tak jenuh dan berbagai macam vitamin serta mineral yang diperlukan oleh tubuh. Sejak Maret 2020, pemerintah mengambil tindakan tegas dalam pembatasan aktivitas selama pandemi covid-19. Namun, di tengah pembatasan sosial yang sedang dilakukan, masyarakat mengalami keterbatasan pemenuhan gizi dalam akses jual beli ikan pada pasar tradisional. Hal ini berdampak pada distribusi pemasaran ikan segar dari produsen ke konsumen. Salah satu upaya untuk memenuhi kebutuhan pangan ikan adalah penjualan dan pembelian secara online. Selama masa pandemi, layanan ini membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan gizi akan pangan ikan. Masyarakat tidak perlu keluar rumah untuk berbelanja produk perikanan melainkan dapat mengaksesnya lewat internet dengan menggunakan *selular mobile*. Dengan mengacu permasalahan diatas perlunya sistem *e-commerce* dalam manajemen data

produk yang baik melalui Model Penjualan Ikan Berbasis Web (*E-Commerce*) pada Toko IkanKoe Di Kota Kupang.

## II. METODE PENELITIAN

### 2.1 Waktu dan Tempat

Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret sampai April 2021. Lokasi penelitian di Toko IkanKoe, Jalan Timor Raya-Oesapa, Kupang.

### 2.2 Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Menurut Nazir (2014) metode deskriptif adalah suatu metode penelitian pada status sekelompok manusia, objek, kondisi, pola pemikiran atau peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya untuk memberikan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diteliti.

### 2.3 Jenis dan Sumber Data

#### 2.3.1 Jenis Data

Data yang diperoleh dari hasil pengamatan secara langsung dengan pemilik Toko IkanKoe yang diwawancarai dan dilakukan analisa pada perolehan datanya ditarik kesimpulan dari hasil pengamatan tersebut. Untuk metode pengembangan sistem yang digunakan dalam sistem *e-commerce* pada IkanKoe menggunakan metode *Waterfall*.

#### 2.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data Primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli tanpa melalui perantara (Sugiyono, 2019). Metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer adalah wawancara dan observasi. Sedangkan data

sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara langsung melalui perantara berupa bukti, catatan, laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yaitu, laporan pembelian, persediaan dan penjualan.

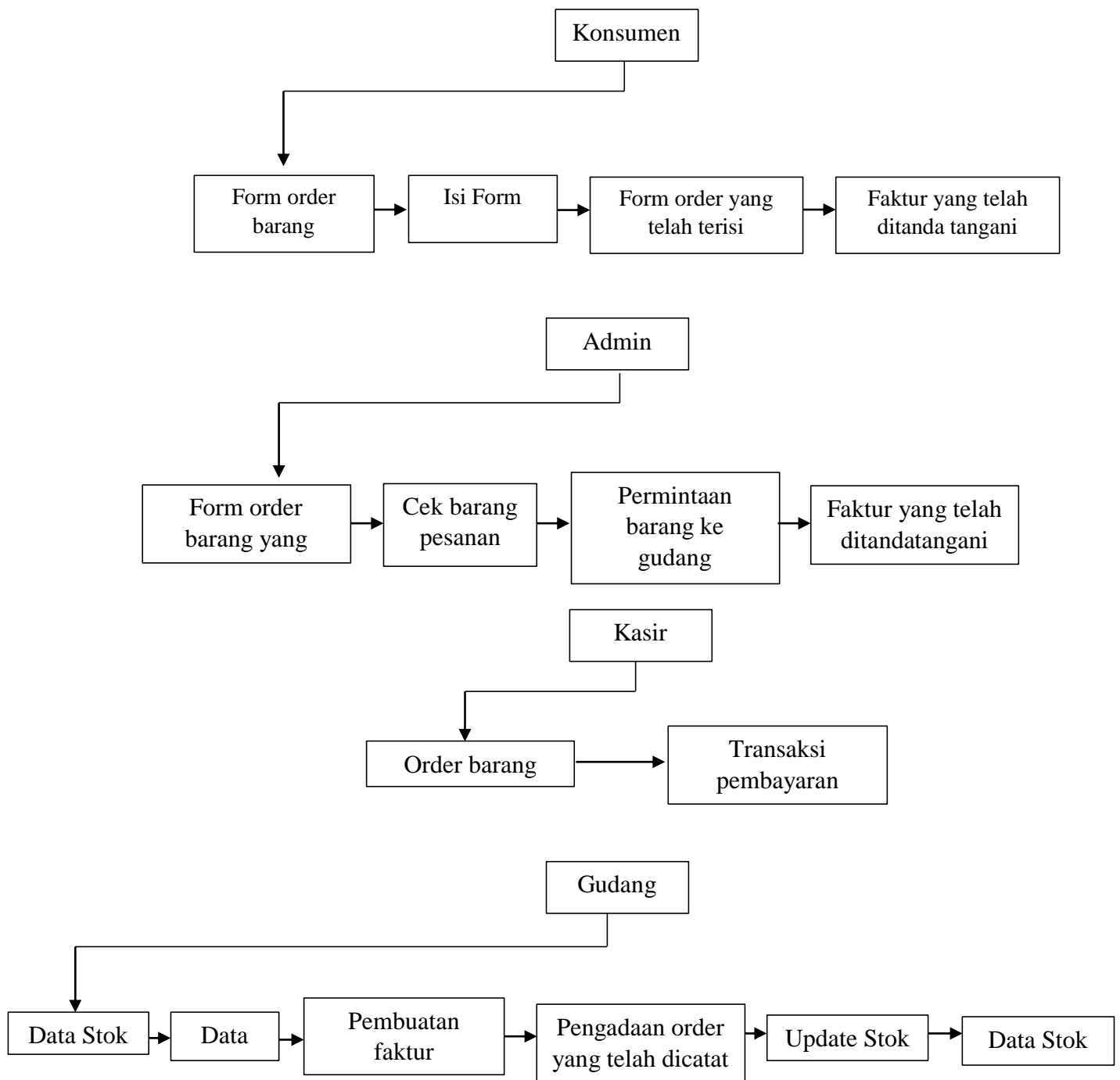
### 2.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi literatur, observasi dan wawancara dengan pemilik Toko IkanKoe.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Sistem Penjualan IkanKoe

Sistem penjualan pada toko IkanKoe terdiri dari input sistem penjualan dan Output sistem penjualan. Input sistem penjualan meliputi ; order pembelian konsumen, order penjualan, order acknowledgment, picking list, packing list, billing of lading, shipping notice, sales invoice, deposit slip dan Output penjualan meliputi ; order konsumen yang belum terpenuhi, jurnal penjualan (daftar faktur penjualan, urutan nomor faktur), daftar pengiriman barang urutan per tanggal kirim, jurnal penerimaan kas, daftar memo kredit, daftar umur piutang, trend penjualan dari bulan ke bulan, dan penjualan per lini produk tertentu. Berikut model data penjualan *e-commerce* pada toko IkanKoe.



Gambar 1. Data *e-commerce* penjualan IkanKoe

### 3.2 Implementasi Sistem Penjualan E-Commerce

#### 3.2.1 Tampilan Menu Utama

Menu utama merupakan tampilan depan halaman awal dalam website yang berisi tentang informasi-informasi keadaan

toko dan produk perikanan terbaru. Pada tampilan menu utama juga berisi produk-produk promo yang ditawarkan. Produk promo ini akan tampil di halaman promo selama masa promo masih berlangsung, jika masa promo sudah habis, maka daftar produk promo yang ditawarkan akan

menghilang secara otomatis dari tampilan menu utama.

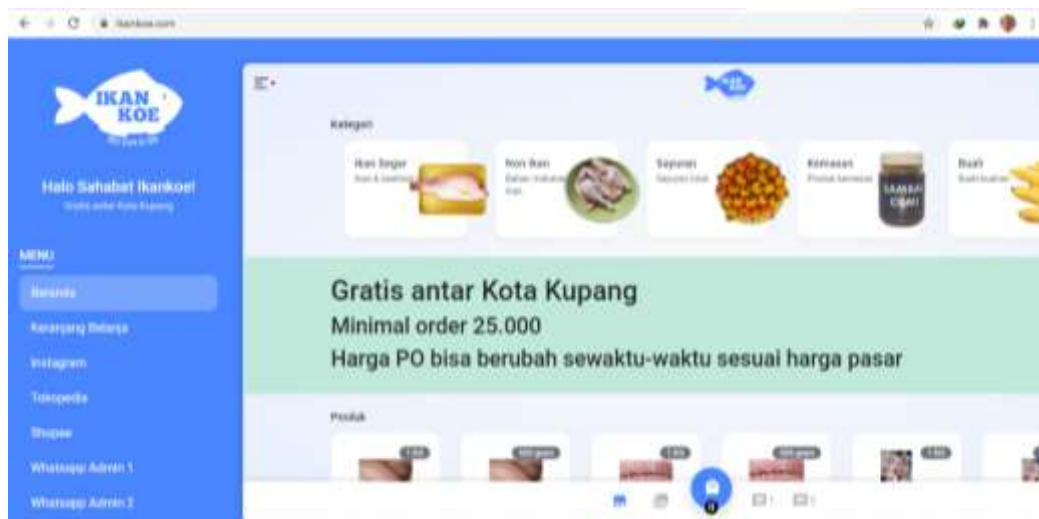


Gambar 2. Home atau Tampilan Menu Utama

### 3.2.2 Tampilan halaman profil

Berisi tentang informasi penataan toko meliputi beranda produk penjualan per

kategori, keranjang belanja, media penjualan *e-commerce* lainnya di instagram, tokopedia, shopee, dan whatsapp.

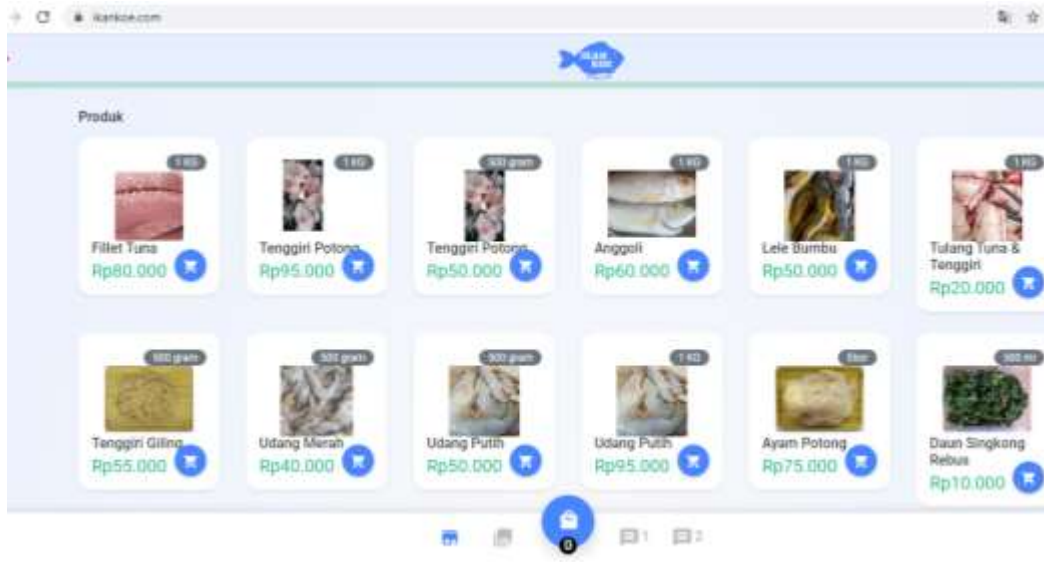


Gambar 3. Tampilan Halaman Profil

### 3.2.3 Produk

Informasi produk penjualan yang telah tersedia di IkanKoe meliputi jenis, harga,

ukuran produk. Pada masing-masing produk terdapat tombol keranjang, apabila kita klik tersebut, maka produk yang akan dipilih masuk kedalam keranjang.

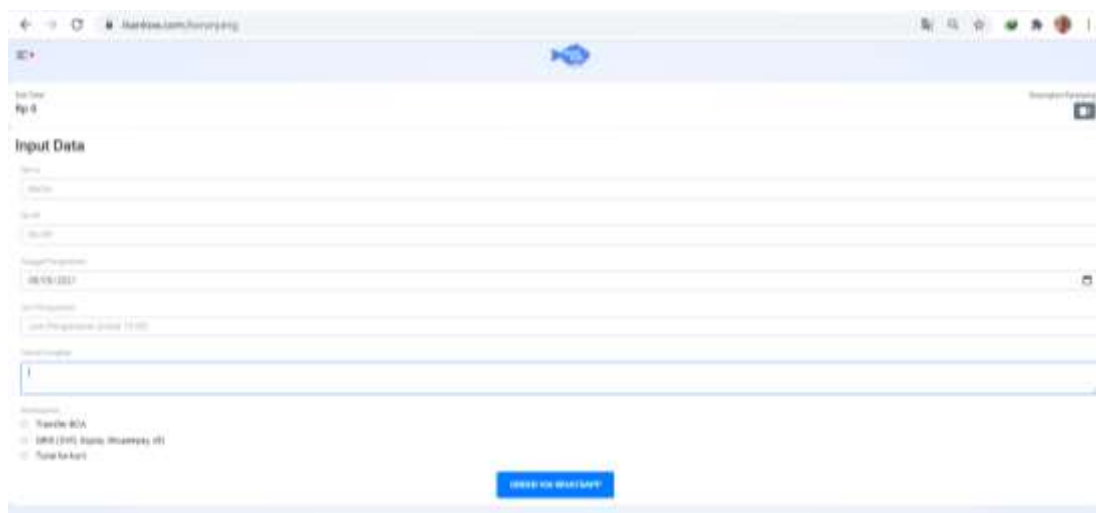


Gambar 4. Tampilan Keranjang Belanja

### 3.2.4 Keranjang Belanja

Pada keranjang belanja telah tertera sub total pembelian dalam keranjang dan data pembelian meliputi nama, nomor HP, tanggal pengantaran, jam pengantaran,

alamat lengkap, metode pembayaran, selanjutnya pengorderan melalui Whatsapp. Setelah selesai belanja, web akan meminta data pembeli untuk konfirmasi pembelian serta alamat tujuan.



Gambar 5. Data Pembelian

## IV. KESIMPULAN

Aplikasi *e-commerce* membantu dalam mengenalkan produk barang kepada pengunjung dan pelanggan tanpa harus datang ke toko dan website ini memudahkan

tiap pelanggan dapat melakukan transaksi dimanapun dia berada.

## DAFTAR PUSTAKA

C, K, Laudon., Traver. 2017. E-Commerce 2014, 10th Edition. Pearson

- Elvika Rahmi, Amik Imelda. 2019. Perancangan dan Pengembangan E-Commerce Penjualan Ikan Teri Sibolga. *Jurnal Multimedia dan Teknologi Informasi (JATILIMA)*. Vol 1.No.1.2019.
- Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rizki, Kharisma H, Astusti, Endang S, dan Heru Susilo. (2015). Pengaruh Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Dan Keputusan Pembelian Secara Online (Survei Pada Konsumen [www.ardiansmx.com](http://www.ardiansmx.com)). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 28 No. 1
- Perwira, Bimo T, Yulianto, Edy, dan Kumadji. (2016). Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya yang Melakukan Transaksi Pembelian Online dengan Mobile Application Tokopedia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 38, No.
- Sugiyono. 2019 . *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.