



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 9170-9178

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Implementasi *Website E-Commerce* Pada Penjualan Makanan Dan Minuman Di Kedai "Mesen Kopi" Purworejo

Siti Mutmainah^{1✉}, Endang Wahyuningsih²

Universitas Ma'arif Nahdlatul Ulama Kebumen

Email: mutmaap41@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Kedai "Mesen Kopi" di Purworejo menghadapi berbagai tantangan operasional akibat sistem penjualan manual yang menghambat manajemen stok, jangkauan pasar, dan akses informasi produk. Untuk mengatasi masalah ini, penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan website *E-commerce* menggunakan metode ADDIE, yang terdiri dari lima fase: *Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation*. Metode ini melibatkan analisis kebutuhan, perancangan dan pengembangan situs web, serta pelaksanaan dan evaluasi efektivitasnya berdasarkan umpan balik pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *website E-commerce* meningkatkan aksesibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, serta mempermudah manajemen stok dan proses pemesanan. Evaluasi pengguna mengkonfirmasi bahwa situs web efektif dalam mempermudah proses pemesanan dan pemantauan penjualan secara *real-time*. Kesimpulannya, penerapan metode ADDIE dalam *E-commerce* memberikan dampak positif yang signifikan terhadap operasional dan pengalaman pelanggan di Kedai "Mesen Kopi".

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

Abstract

Kedai "Mesen Kopi" in Purworejo faces various operational challenges due to a manual sales system that hampers stock management, market reach, and product information access. To address these issues, this study aims to implement an E-commerce website using the ADDIE method, which consists of five phases: Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation. This approach involves analyzing needs, designing and developing the website, and then implementing and evaluating its effectiveness based on user feedback. The results show that the E-commerce website enhances product accessibility, expands market reach, and simplifies stock management and ordering processes.

User evaluation confirms that the website effectively facilitates ordering and real-time sales monitoring. In conclusion, applying the ADDIE method to E-commerce has had a significant positive impact on the operations and customer experience at Kedai "Mesen Kopi."

Keyword: E-commerce, Implementation, Sales

PENDAHULUAN

Kedai "Mesen Kopi" adalah sebuah *coffee shop* atau warung kopi yang berada di desa Bedono Kluwung, Kecamatan Kemiri, Kabupaten Purworejo. Kedai ini terkenal dengan suasananya yang santai dan produknya yang berkualitas, menawarkan beragam makanan dan minuman yang menggugah selera. Pengunjung dapat menikmati harumnya kopi lokal dan minuman segar lainnya dengan bahan-bahan berkualitas serta hidangan khas seperti indomie spesial, nasi goreng, *dessert*, atau camilan kekinian yang sangat memanjakan lidah.

Meski memiliki reputasi yang kuat di kalangan pelanggan setia, "Mesen Kopi" masih menghadapi tantangan operasional, karena penjualannya masih dilakukan secara manual. Penggunaan pendekatan konvensional ini menyebabkan beberapa masalah seperti kesulitan manajemen stok produk, kurangnya kemampuan untuk menjangkau pelanggan di luar area lokal, terbatasnya pelanggan yang hanya dari kalangan daerah sekitar, serta aksesibilitas informasi produk yang menghambat pelanggan dalam mengakses informasi secara *online* seperti menu, harga, dan deskripsi produk. Selain itu, pelanggan harus datang langsung ke lokasi untuk memesan makanan atau minuman, yang memakan banyak waktu.

Salah satu solusi yang efektif untuk mengatasi masalah ini adalah dengan menggunakan sistem *E-commerce*. Melalui *platform E-commerce*, kedai dapat menjual produk mereka secara *online* melalui sebuah situs web, memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembelian dari mana saja dan kapan saja, meningkatkan aksesibilitas produk kedai. Literatur menunjukkan bahwa pemanfaatan *E-commerce* dapat memudahkan karyawan kedai dalam memantau penjualan secara *real-time*. Oleh karena itu, tujuan penulisan ini adalah untuk menjelaskan bagaimana implementasi sistem *E-commerce* dapat meningkatkan efisiensi operasional dan aksesibilitas produk di kedai "Mesen Kopi".

METODE PENELITIAN

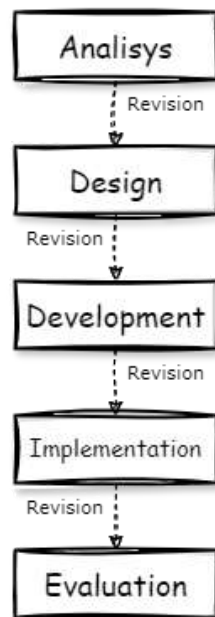
1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian pengembangan *Research and Development* (R&D). Penelitian pengembangan *Research and Development* (R&D) adalah metode penelitian yang digunakan untuk menciptakan produk tertentu dan menguji efektivitasnya (Susandi et al., 2022). Tujuan utama dari metode R&D adalah untuk

menemukan, mengembangkan, dan memvalidasi suatu produk.

2. Rancangan Penelitian

Pada tahap ini, penulis akan menggunakan model ADDIE sebagai pendekatannya. Model ADDIE terdiri dari lima tahap yaitu *Analisis* (Analisis), *Design* (Desain), *Development or Production* (Pengembangan atau Produksi), *Implementation or Delivery* (Implementasi atau Pengiriman) dan *Evaluations* (Evaluasi) yang harus dijalani secara sistematis dan terorganisir (Violadini & Mustika, 2021). Prosedur pengembangan produk menggunakan model ADDIE dapat ditemukan dalam ilustrasi gambar berikut.



Gambar 1. Metode ADDIE (Jabbar et al., 2022)

a) Analisis (*Analisis*)

Pada tahap analisis, penulis mengidentifikasi kebutuhan dan masalah yang ada dengan melakukan wawancara dan observasi terhadap pengelola penjualan, mengumpulkan data tentang proses bisnis saat ini, dan mempelajari literatur terkait untuk memahami praktik terbaik dalam *website E-commerce*.

b) Desain (*Design*)

Pada tahap ini, penulis fokus untuk merancang struktur dan fitur-fitur *website E-commerce* berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya. Selanjutnya, penulis akan menentukan spesifikasi kebutuhan seperti sistem katalog produk, keranjang belanja, sistem pembayaran, dan manajemen pengguna.

c) Pengembangan (*Development*)

Pada tahap ini, penulis melakukan implementasi atau pengkodean dari fitur-fitur utama *website E-commerce* berdasarkan desain yang telah dirancang. Alat yang diperlukan untuk

melaksanakan pengembangan ini terdiri dari dua perangkat, yaitu perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*).

d) Implementasi (*Implementation*)

Pada tahap ini, penulis menjalankan situs web di server agar bisa diakses oleh pengguna. Selanjutnya, penulis melakukan pengujian terakhir kepada pemilik atau pegawai Mesen Kopi Purworejo serta calon pembeli untuk memastikan semua fitur bekerja dengan baik dan memperbaiki bug yang mungkin masih ada.

e) Evaluasi (*Evaluation*)

Pada tahap ini, penulis akan memeriksa atau melakukan pengujian apakah semua fitur bekerja dengan baik dan apakah ada masalah yang perlu diperbaiki. Pengujian ini dilakukan menggunakan *blackbox testing*.

1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini mencakup beberapa menu, harga, dan elemen-elemen lain yang ada di kedai Mesen Kopi Purworejo. Mesen Kopi merupakan sebuah coffee shop atau kedai kopi yang terletak di desa Bedono Kluwung, Kecamatan Kemiri, Kabupaten Purworejo.

2. Metode Pengumpulan Data

a) Metode Wawancara

Melakukan wawancara dengan pemilik dan karyawan Mesen Kopi Purworejo untuk mendapatkan wawasan langsung tentang penggunaan sistem E-commerce. Wawancara dapat mencakup pertanyaan tentang pengalaman pengguna, kendala yang mungkin dihadapi, dan harapan terhadap pengembangan sistem.

b) Metode Observasi

Mengamati secara langsung proses penjualan dan penggunaan sistem informasi di Mesen Kopi Purworejo. Observasi dapat memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana sistem digunakan dalam kehidupan sehari-hari di kedai kopi, serta mengidentifikasi potensi masalah atau perbaikan.

c) Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka dalam penelitian merupakan pendekatan yang dilakukan untuk menganalisis, mensintesis, dan menyajikan informasi yang telah dipublikasikan dalam literatur ilmiah dan sumber-sumber pengetahuan lainnya yang relevan dengan topik penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Mesen Kopi Purworejo, penjualannya masih dilakukan secara manual, sehingga

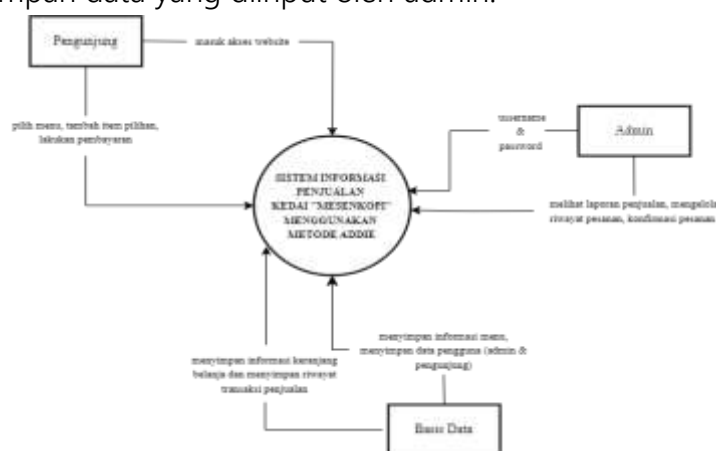
mengakibatkan beberapa masalah seperti karyawan kesulitan mengelola stok produk, kedai sulit menjangkau pelanggan di luar area lokal, pelanggan kebanyakan berasal dari daerah sekitar, dan akses informasi produk *online* terbatas sehingga menyulitkan pelanggan mengetahui produk yang tersedia.

Berdasarkan analisis yang berjalan dibuatlah suatu sistem yang bisa memberikan layanan yang terintegrasi kepada pemilik atau karyawan perusahaan, serta calon pembeli. Pemilik atau karyawan perusahaan dapat memajemen stok dan melihat data pesanan, sementara calon pengguna atau pembeli dapat lebih mudah menikmati layanan pemesanan.



Gambar 2. *Flowchart* (Diagram Alur Kerja)

Dimana pengunjung dapat melakukan pemesanan dengan memilih produk, memasukkannya ke dalam keranjang, lalu menekan fitur *checkout* dan memilih detail pembayaran. Selanjutnya, data akan masuk ke dalam fitur "pesanan" di halaman admin. Basis data menyimpan data yang diinput oleh admin.

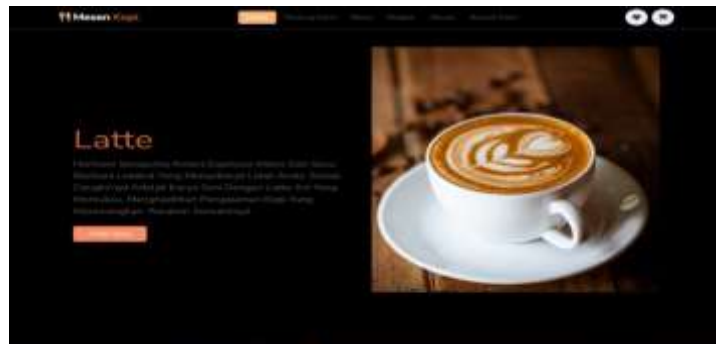


Gambar 3. Diagram Konteks

Diagram Alir Data (DAD) atau Diagram Konteks merupakan representasi visual yang digunakan untuk mengekspresikan bagaimana sistem berhubungan dengan entitas eksternal. Dalam DAD, sistem digambarkan sebagai satu kesatuan yang berinteraksi dengan entitas lain di luar sistem.

Hasil dari perancangan berupa *website E-commerce*, dimana tampilan halaman utama dapat dilihat pada gambar 4. Pada halaman utama (*home page*), menyajikan informasi dan

produk andalan perusahaan. Pada gambar 5, 6, dan 7 pengunjung dapat memilih produk dengan menekan fitur keranjang, melihat detail pesanan, kemudian menekan tombol *checkout* dan melakukan pembayaran.



Gambar 4. Home



Gambar 5. Menu

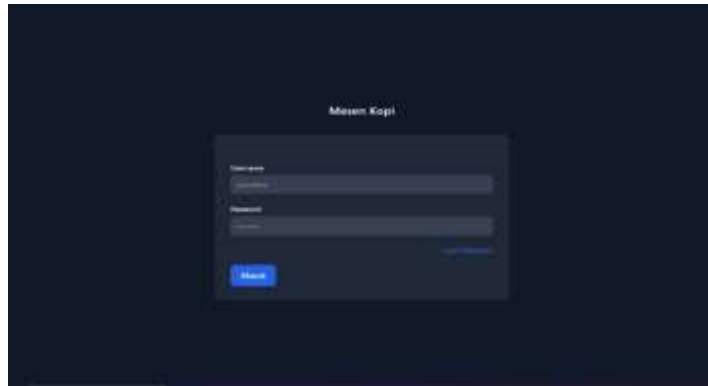


Gambar 6. Checkout



Gambar 7. Detail Pesanan

Selanjutnya pada gambar 8, dimana tampilan menyajikan informasi admin untuk *login* dengan verifikasi *username* dan *password*. Sedangkan untuk mengelola menu, data pelanggan, kategori menu, dan data pesanan dapat dilihat pada gambar 9.



Gambar 8. Log in



Gambar 9. Dashboard

E-commerce ini melibatkan dua jenis pengguna yang berinteraksi dengan sistem, yaitu *customer* dan administrator. Hasil pengujian menggunakan metode *blackbox testing* menunjukkan efektivitas fungsionalitas sistem untuk kedua pengguna (Efendy & Idris, 2021). Sistem dapat menjalankan proses sesuai rencana, dengan setiap modul yang diuji menunjukkan status berhasil.

Tabel 1. Pengujian *Blackbox Testing Customer*

No	Fitur	Modul Ujian	Hasil yang diharapkan	Keterangan
1	Form Menu	Menampilkan produk perusahaan	Sistem menampilkan fitur menu yang relevan	Berhasil
2	Form <i>Cart</i>	M Menampilkan	Sistem	Berhasil

		list pesanan pelanggan	menampilkan list pesanan yang relevan	
3	Detail Pembayaran	M Menampilkan detail pembayaran	Sistem menampilkan fitur <i>payment</i> yang relevan	Berhasil
4	Detail <i>Order</i>	Menampilkan detail pesanan	Sistem menampilkan detail <i>order</i> yang relevan	Berhasil

Tabel 2. Pengujian *Blackbox Testing* Admin

No	Fitur	Langkah Uji	Hasil yang diharapkan	Keterangan
1	Login Admin	Verifikasi <i>user</i> dan <i>password</i>	Admin berhasil login dan diarahkan ke <i>dashboard</i> admin	Berhasil
2	Form <i>Dashboard</i>	M Menu, data pelanggan, kategori menu, data pesanan	Sistem menampilkan fitur <i>dashboard</i> yang relevan	Berhasil
3	Form Kategori Menu	Edit, hapus, dan <i>update</i> kategori menu	Sistem menampilkan fitur kategori menu yang relevan	Berhasil
4	Form Menu	Edit, hapus, <i>update</i> menu dan topping	Sistem menampilkan fitur menu yang relevan	Berhasil
5	Form Data Pelanggan	Melihat data pelanggan masuk	Sistem menampilkan data pelanggan yang relevan	Berhasil

6	Form Data Pesanan	Melihat pesanan masuk	data yang	Sistem menampilkan data pesanan yang relevan.	Berhasil
7	Form Admin	Melihat admin	data	Sistem menampilkan data admin yang relevan	Berhasil

SIMPULAN

Implementasi *website E-commerce* pada penjualan makanan dan minuman di Kedai "Mesen Kopi" Purworejo telah berhasil meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi operasional. Situs web memungkinkan pelanggan untuk memesan produk secara *online*, memperluas jangkauan pasar, dan mempermudah manajemen stok. Evaluasi menunjukkan bahwa *website* ini efektif dalam mempermudah proses pemesanan dan pembayaran, serta memudahkan pemantauan penjualan secara *real-time*. Dengan demikian, penerapan *E-commerce* telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap operasional kedai dan pengalaman pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Efendy, Z., & Idris, M. N. (2021). Aplikasi E-Kafe Green Market Padang Berbasis Web. *Edumatic: Jurnal Pendidikan Informatika*, 5(2), 214–222. <https://doi.org/10.29408/edumatic.v5i2.3988>
- Jabbar, A. A., Putra, C. G. G., & Wahyudin, W. (2022). Perancangan Aplikasi E-Commerce Koperasi Konsumen PC Nahdlatul Ulama Karawang. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 9(2), 1095–1108. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v9i2.2050>
- Susandi, D., Karyaningsih, D., Fajrin, T. R. A., & Hadi, I. (2022). Rancang Bangun E-Commerce Produk Pertanian dan Perikanan Berbasis Android. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 11(3), 387–393. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v11i3.1486>
- Violadini, R., & Mustika, D. (2021). Pengembangan E-Modul Berbasis Metode Inkuiri Pada Pembelajaran Tematik di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(3), 1210–1222. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i3.899>