

## RANCANG BANGUN E – COMMERCE MODEL B2C

Dony Arnando<sup>1</sup>, Yakub<sup>2</sup>, Ardi Halim Wijaya<sup>3</sup>, Wiyono<sup>4</sup>

Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Buddhi Dharma

Jalan Imam Bonjol No. 41, Tangerang, Indonesia

Email: <sup>1</sup>donyarnando06@gmail.com, <sup>2</sup>y44kub@yahoo.com, <sup>3</sup>ardie.h@gmail.com,

<sup>4</sup>wiyono.hermanto@yahoo.com

### Abstrak

*E-commerce* merupakan komponen yang sangat di perlukan dalam era industri digital seperti sekarang ini. Perusahaan besar tanpa *e-commerce* tentu saja mempengaruhi daya saing penjualan secara online. Seperti yang ada pada penelitian ini, perusahaan yang bergerak di bidang *retail* dengan produk piring dan gelas tableware premium. Meski telah menggunakan *marketplace* besar seperti Shoppe dan Tokopedia perlu di bangun *e-commerce official* yang dapat memberikan kesan berbelanja secara lebih personal. Permasalahan yang ke dua pada perusahaan ini adalah seringkali di temui telat merespon konsumen yang di layani oleh SPG dan SPM melalui *whatsapp* sehingga menimbulkan *lost oportunity*. Permasalahan ke tiga adalah belum adanya sistem yang bisa mencatat transaksi penjualan yang di layani oleh SPG dan SPM melalui *whatsapp*, ini membuat B2C Operation Asst kesulitan menggumpulkan data transaksi yang di layani oleh SPG dan SPM melalui *whatsapp* untuk di evaluasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membangun *e-commerce official*, membuat sistem yang mampu merekam data penjualan yang masuk dan memberikan laporan penjualan untuk keperluan *B2C Operation Asst*. Metode yang di gunakan dalam pembangunan sistem ini dengan metodologi *prototyping*. Setelah melalui serangkaian proses penelitian maka di peroleh hasil berupa *e-commerce* berbasis website yang mampu menjawab permasalahan pada perusahaan ini. Penulis sebagai peneliti dalam rangka menyelesaikan tugas akhir menganalisa kebutuhan perusahaan ini untuk mengurai beberapa masalah yang ada. Penulis mengangkat tema yang berjudul "RANCANG BANGUN E-COMMERCE MODEL B2C".

### Kata Kunci

Perancangan, *E-commerce*, *Model B2C*, *Prototyping*, Berbasis Web

### Abstract

*E-commerce* is a component that is really needed in today's digital industrial era. Large companies without *e-commerce* certainly affect the competitiveness of online sales. As in this research, the company operates in the retail sector with premium plate and tableware products. Even though we have used large marketplaces such as Shoppe and Tokopedia, we need to build official *e-commerce* that can give the impression of shopping in a more personal way. The second problem with this company is that it is often found to be late in responding to consumers served by SPG and SPM via WhatsApp, resulting in lost opportunities. The third problem is that there is no system that can record sales transactions served by SPG and SPM via WhatsApp, this makes it difficult for B2C Operation Asst to collect transaction data served by SPG and SPM via WhatsApp for evaluation. The aim of this research is to build official *e-commerce*, create a system that is able to record incoming sales data and provide sales reports for B2C Operation Asst. The method used in building this system is *prototyping* methodology. After going through a series of research processes, the results were obtained in the form of website-based *e-commerce* which was able to answer the problems of this company. The author as a researcher in order to complete the final assignment analyzes the needs of this company to analyze several existing problems. The author raised a theme entitled "DESIGN AND BUILDING E-COMMERCE MODEL B2C".

Keywords: Design, *E-commerce*, *B2C Model*, *Prototyping*, Web Based

## Latar Belakang

Menurut (Yoki Firmansyah, 2020) *e-business* adalah penggunaan teknologi digital dan internet untuk melakukan sebuah proses bisnis di dalam perusahaan. Proses bisnis biasanya merupakan aktivitas yang dilakukan oleh pihak *management* untuk *suppliers* dan rekan bisnis yang lainnya. Sampai dengan transaksi digitalnya biasa disebut dengan *e-commerce*. Menurut (Traver,2017) pada penelitiannya menyampaikan *e-business* merupakan transaksi dan proses bisnis secara digital di dalam sebuah perusahaan. Menurut (Turban, Jurdy, dan Stratus 2016) *e-business* adalah bagian yang lebih luas dari *e-commerce* merupakan berbagai bentuk transaksi bisnis, mulai dari melayani pelanggan, mendukung transaksi secara elektronik pada satu perusahaan dan berkolaborasi dengan rekan bisnis. Menurut Akbar & Alam (2020), *E-commerce* merupakan pembelian, penjualan dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik. Seperti televisi, radio, dan komputer atau jaringan internet. Transaksi bisnis yang terjadi di jaringan elektronik seperti internet. Setiap orang yang memiliki koneksi internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan *e-commerce*.

Pelaku *E-Business* meliputi perusahaan, konsumen, perusahaan, pemasok, dan mitra bisnis. Alat, media, dan sumber daya yang digunakan meliputi Internet, komputer, dan teknologi informasi dan komunikasi. Aktivitas target meliputi aktivitas bisnis, proses bisnis utama, dan pembelian, penjualan, layanan, dan transaksi. Tujuan termasuk berbagi informasi. Keuntungannya termasuk pendekatan yang aman, terintegrasi (Fauziah and Sudiyatno, 2020).

Menurut Romindo et al. (2019) Business to consumer (*B2C E-commerce*), merupakan perdagangan antara perusahaan dan konsumen, melibatkan konsumen dalam pengumpulan informasi, pembelian barang fisik (seperti buku, atau produk konsumen) atau barang informasi (barang dari bahan elektronik atau konten digital, seperti perangkat lunak, e-book) dan untuk barang informasi, menerima produk-produknya melalui jaringan elektronik. B2C merupakan bentuk kedua terbesar dari *e-commerce*. Penjualan dilakukan secara eceran dari perusahaan langsung ke konsumen akhir. Contoh perusahaan semacam ini salah satunya yakni Amazon.com, perusahaan ini merupakan pengecer daring terbesar di dunia.

Pemanfaatan *e-commerce* dalam perusahaan menjadi sangat penting dalam era digital saat ini. Bisnis yang mengadopsi teknologi *e-commerce* cenderung lebih cepat berkembang dan dapat menjangkau konsumen di berbagai daerah secara luas. Namun, pemanfaatan *e-commerce* juga harus dilakukan dengan hati-hati dan terus memperhatikan keamanan sistem. Perusahaan harus berinvestasi dalam keamanan situs dan sistem informasi untuk memberikan layanan yang aman dan terpercaya bagi pelanggannya. PT Kilau Prima Abadi ini menjalankan bisnis di bidang *Retail*, banyak produk kebutuhan rumah tangga yang dijual oleh perusahaan ini, diantaranya piring, gelas dan alat-alat makan. Perusahaan ini berlokasi The Darmawangsa Square Jakarta Selatan. Didalam aktifitas kegiatan pemasarannya perusahaan ini di bagi menjadi dua divisi yaitu B2B dan B2C. B2B berfokus untuk mencari konsumen atas nama PT sedangkan B2C berfokus menjual produk dari perusahaan langsung ke konsumen. Aktifitas kegiatan pemasaran di dalam divisi B2C di antaranya bazaar Mall ke Mall, *Tour And Shopping*, dan *E-commerce*. *E-Commerce* yang saat ini di jalankan ada Shope, Blibli dan Tokopedia dengan sistem *share margin* dengan ketentuan berbeda dari ketiga *e-commerce* tersebut. Sebagai perusahaan yang memiliki standar internasional yang sudah di kenal baik oleh pasar di perluhkan membangun sebuah *e-commerce* dalam perusahaan guna memberikan pengalaman membeli yang lebih personal untuk pelanggan dan meningkatkan kontrol atas bisnis. Dengan adanya *e-commerce* ini perusahaan memiliki kendali penuh atas pengalaman pelanggan dan dapat lebih mudah menyesuaikan dengan arah bisnis yang ditentukan. Selain itu, pembuatan *e-commerce* perusahaan juga dapat membantu menciptakan citra korporat yang solid dan meningkatkan kesadaran merek. Dengan kesadaran merek yang baik artinya merek tersebut dikenali, mudah di ingat oleh konsumen dan membedakan mereka dari merek-merek pesaing serta memberikan nilai lebih pada produk atau jasa dari perusahaan.

PT Kilau Prima Abadi belum memiliki *e-commerce* sendiri sampai dengan saat ini. konsumen harus memesan melalui *e-commerce* besar seperti Tokopedia, Blibli dan Shopee dengan harga retail yang sudah di markup dari harga normalnya. Meskipun sering coba di arahkan ke *e-commerce* tersebut masih di temui konsumen baru dari dm Instagram yang di layanin melalui *whatsaap B2C Operation Asst*. Sehingga terdapat beberapa masalah yang akan penulis urai di antaranya,

- a) Perusahaan belum memiliki *e-commerce official* berbasis website.
- b) masih di temu pelanggan telat respon konsumen yang di layani melalui *whatsaap* oleh SPG dan SPM di samping penggunaan *e-commerce* besar yang sudah ada,
- c) Belum adanya sistem pencatatan terhadap konsumen yang di layani SPG dan SPM melalui *whatsaap*.

Dengan adanya beberapa permasalahan ini tentu menjadi kendala bagi *B2C Operation Asst* dalam melakukan pencatatan dan pembuatan laporan.

Melihat dari permasalahan di atas ditawarkan solusi dengan membangun sebuah web berbasis *e-commerce* untuk mencatat transaksi penjualan, memudahkan *B2C Operation Asst* dalam melihat laporan penjualan. Memudahkan konsumen dalam proses pemesanan produk dan menampilkan gambar produk dan memberikan kesan berbelanja yang lebih personal. *Website* akan di bangun dengan menggunakan metode *Prototyping*, untuk pengujian akan di uji menggunakan metode *black box testing* dan untuk program akan di rancang dengan bahasa pemrograman *PHP*, menggunakan database berbasis *MySQL*. Dengan adanya website berbasis *e-commerce* tersebut ada beberapa manfaat yang akan di peroleh diantaranya,

- a) perusahaan memiliki *e-commerce official* dapat memberikan kesan berbelanja yang lebih personal
- b) proses pemesanan produk melalui sistem yang dapat menampilkan foto produk dan deskripsi produk secara lengkap.
- c) Membuat laporan penjualan bulanan dapat di lihat dengan mudah oleh *B2C Operation Asst*.

Dengan adanya permasalahan pada PT Kilau Prima Abadi dan solusi yang akan ditawarkan dalam penulisan karya ilmiah ini, penulis mengangkat judul “RANCANG BANGUN *E-COMMERCE* MODEL B2C” dalam rangka menyelesaikan tugas akhir skripsi semester akhir penulis di Universitas Buddhi Dharma.

### ***E- Bisnis***

E-Business dapat dipahami sebagai penggunaan teknologi digital dan jaringan internet dalam aktivitas pembelian dan atau penjualan barang dan jasa, melayani pelanggan, berkolaborasi dengan mitra bisnis, melakukan komunikasi dan transaksi dalam organisasi (Xu dan Gao, 2021).

### **Rancang Bangun**

Menurut Pendapat (Buchari, Sentinowo, & Lantang, 2015), bangun atau pembangunan merupakan kegiatan untuk membuat sistem yang baru, mengganti atau memperbaiki sistem yang sudah ada secara keseluruhan [13].

### ***Business To Consumer (B2C)***

Menurut pendapat (Philip Kotler dan Gary Armstrong, 2017) , B2C merupakan bentuk aktivitas pemasaran pada sebuah perusahaan atau organisasi yang berupaya memasarkan produk atau

layanan yang mereka miliki kepada konsumen akhir secara langsung dengan produk atau layanan [13].

### **Metode Prototyping**

Menurut pendapat (Yoki Firmansyah, 2020), *Prototyping* adalah metode mengembangkan perangkat lunak seperti model fisik kerja sistem dan memiliki fungsi sebagai versi awal dari sistem [14].

### **E-Commerce**

Menurut (Santosa, 2017), adanya peralihan transaksi jual beli dari konvensional menjadi digital elektronik yang berbasis komputer dan jaringan dalam bidang perdagangan [15].

### **PHP**

*Hypertext Preprocessor (PHP)* adalah suatu bahasa pemrograman yang digunakan untuk menterjemahkan basis data kode program menjadi kode mesin yang dapat dimengerti oleh komputer yang bersifat server-side yang ditambahkan ke HTML (Supono & Putratama, 2018:1)

### **UML**

Menurut (Herlawati, 2015) idenya adalah bahwa *UML* merupakan gabungan dari beberapa diagram mulai dari delapan sampai sembilan. Diagram gabungan seperti *class diagram*, *sequence diagram* dan juga *activity diagram* [20].

### **Black Box Testing**

(Rex Black, 2009) Pengujian *black box* merupakan metode pengujian dimana para pengujinya hanya berfokus pada apa yang semestinya dilakukan oleh sistem. Pengujian dianggap berhasil jika sistem dapat mengolah data dan hasilnya sesuai dengan yang diinginkan. Saat memakai metode *black box*, penguji tidak perlu tau struktur dan desain data sistem. hanya melihat apakah ada kesalahan pada sistem atau tidak [26].

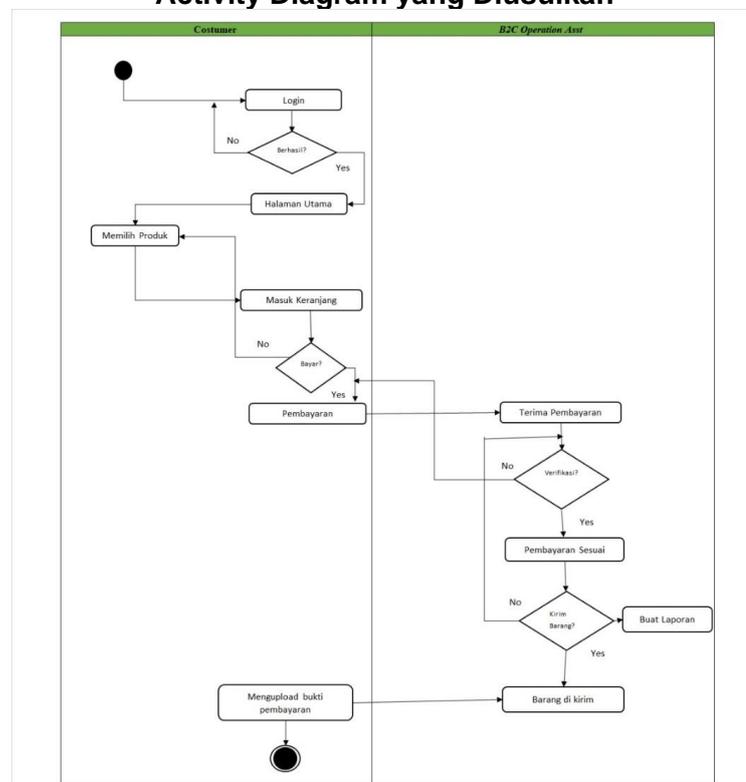
### **Prosedur Sistem Berjalan**

PT. Kilau Prima Abadi dalam sistem penjualannya. Memiliki Langkah-langkah sebagai berikut :

1. Prosedur Penjualan Barang
  1. Konsumen banyak melakukan kontak di *dm instagram official*
  2. *B2C Operation Asst* menanggapi chat tersebut lalu beralih ke *whatsapp* untuk di buatkan *PO (Purchase Order)* kemudian di serahkan ke bagian gudang untuk menyiapkan barang
  3. Gudang menerbitkan surat perjalanan atas barang yang siap diantar ke konsumen.
  4. Gudang menginfokan melalui *whatsapp* kepada *B2C Operation Asst* Bahwa barang telah di kirim
2. Prosedur Penerimaan Stok Barang
  1. Admin melakukan pemesanan barang kepada staff gudang PT Hankook Ceramic Indonesia melalui via telpon/email (*PO = Purchase Order*).

2. Proses penerimaan barang yang dilakukan oleh bagian gudang, dimulai dari pengiriman barang dari PT Hankook Ceramic Indonesia. PT Hankook Ceramic Indonesia akan memberikan tanda terima
3. Setelah barang diterima, bagian gudang akan melakukan konfirmasi kepada administrator dan memberikan invoice pembelian, menyampaikan laporan persediaan dan penyimpanan.

### Activity Diagram yang Diusulkan



Gambar 1 Activity Diagram yang diusulkan

### Permasalahan

Berdasarkan latar belakang di atas beberapa masalah yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Perusahaan belum memiliki *e-commerce official* sebagai brand besar disamping kerjasama antar *e-commerce* besar yang sudah ada sehingga perlu di buat sistem *official* perusahaan agar memberikan kesan berbelanja yang lebih personal.
2. Dalam melayani proses pembelian SPG dan SPM menggunakan aplikasi *whatsapp* seringkali di temui konsumen telat di respon yang berdampak kepada *lost oportunity* transaksi pembelian menjadi tidak efektif dan efisien.
3. Belum adanya sistem yang mencatat penjualan masuk secara otomatis di samping *marketplace* yang sudah ada.

### Rumusan Masalah

Pada penelitian ini dapat diidentifikasi beberapa masalah yang dapat di rumuskan, antara lain :

1. Sistem seperti apa yang perlu di bangun pada perusahaan untuk memberikan kesan berbelanja yang lebih personal di samping beberapa *marketplace* besar yang sudah ada? dan bagaimana cara meminimalisir terjadinya telat respon pelanggan yang di layani melalui *whatsaap* oleh SPG dan SPM ?
2. Siapa yang nantinya akan menggunakan *e-commerce* yang akan di bangun?

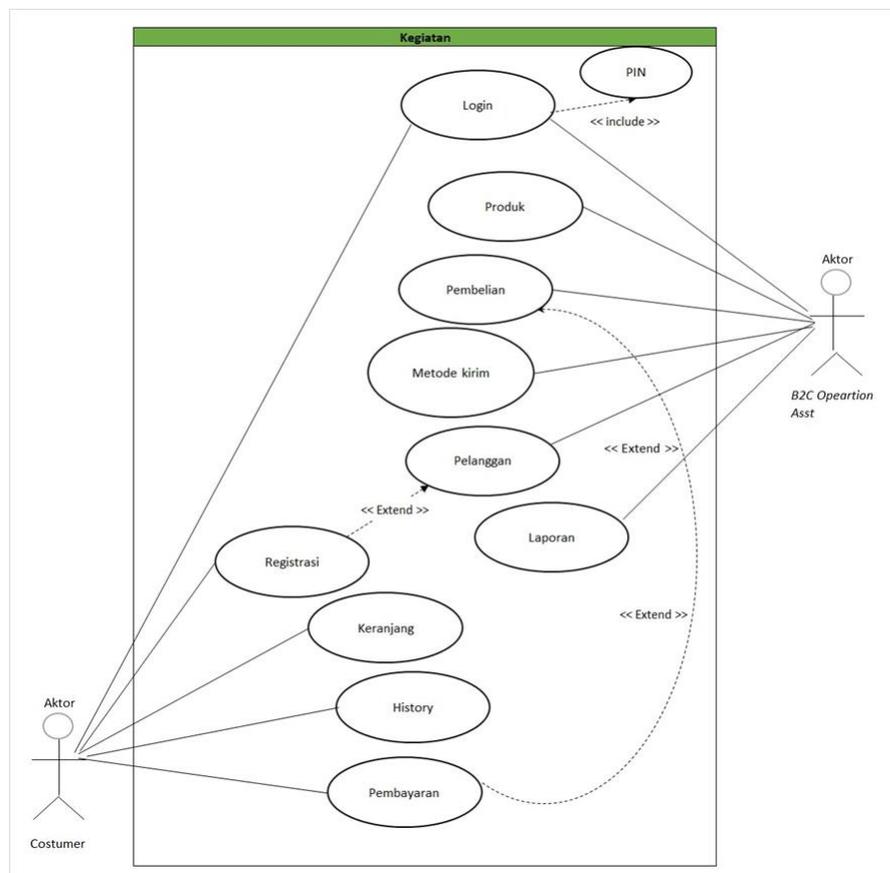
### Usulan Pemecahan Masalah

Strategi Pemecahan Masalah	
<p><b>Analisis Terkait Perancangan</b>            Dalam perancangan sistem yang akan di buat analisisnya menggunakan UML kemudian untuk metodologi yang di gunakan adalah <i>Prototyping</i></p>	<p><b>Analisis Terkait Pemrograman</b>            Dalam analisis pemrograman sistem bahasa pemrograman yang akan di gunakan adalah <i>PHP</i> dan <i>database</i> yang di gunakan adalah <i>Database</i></p>
<p>Dari hasil analisis maka di peroch tujuan dari perancangan sistem ini :            Membangun <i>e-commerce</i> berbasis web yang mampu menjawab permasalahan yang berhasil di identifikasi pada bab 1</p>	

Gambar 2 Activity Diagram yang diusulkan

### Hasil

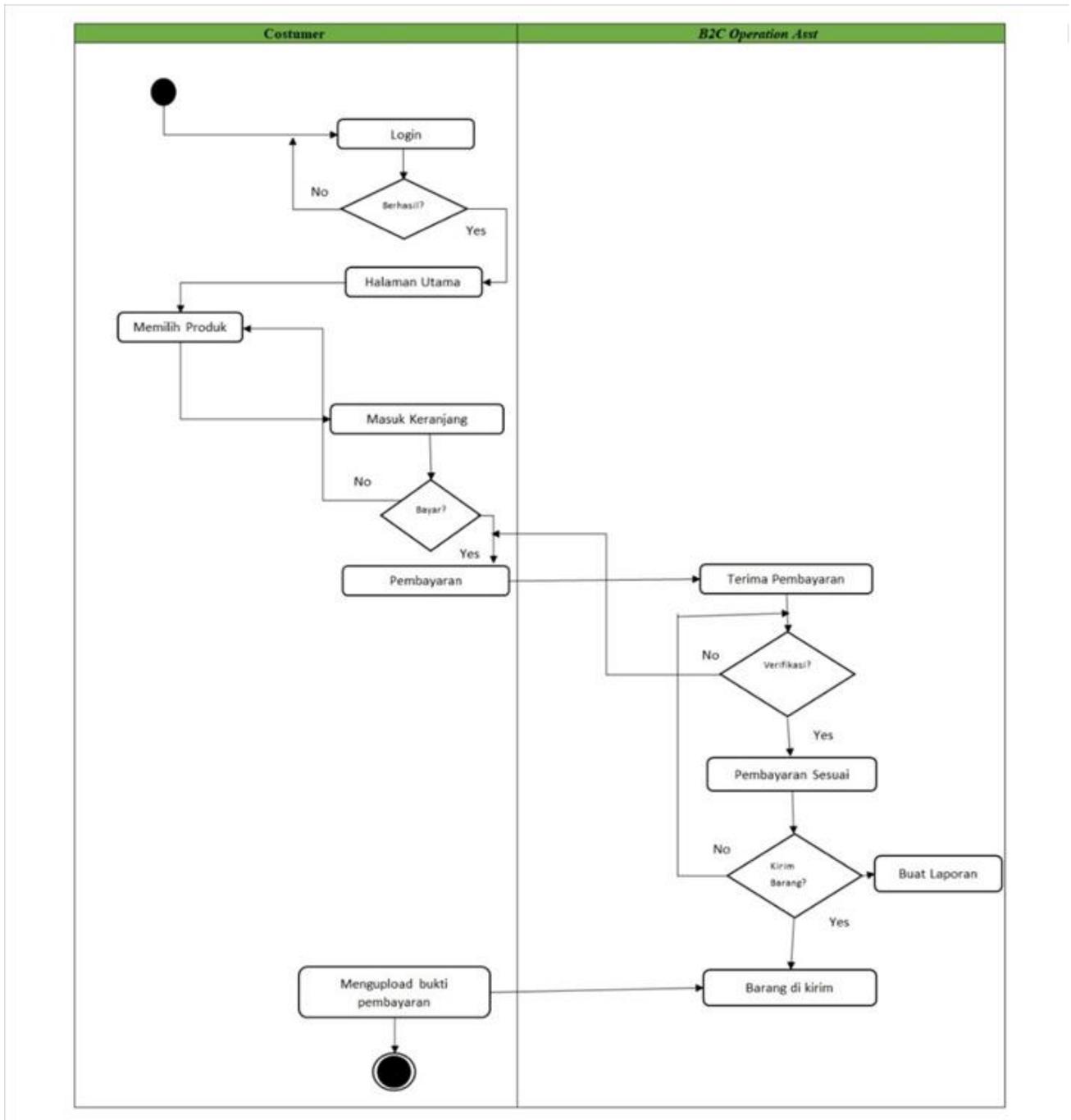
#### Use Case Diagram



Gambar 3 Use Case yang diusulkan

Konsumen hanya dapat mengakses menu login pada system, registrasi, keranjang history dan pembelian, B2C Operation Asst sebagai admin dapat mengakses menu login, produk, metode pengiriman dan laporan.

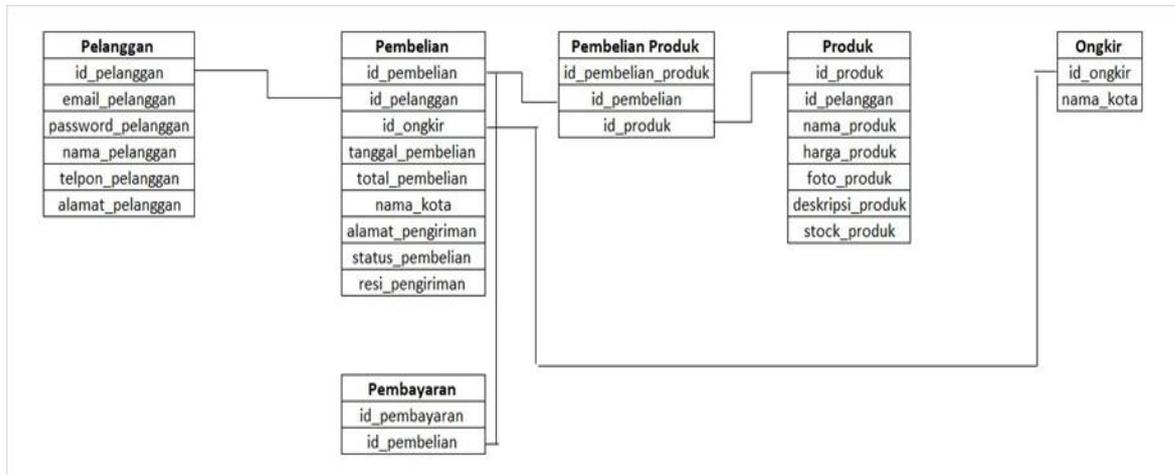
**Activity Diagram**



Gambar 4 Use Case yang diusulkan

Konsumen melakukan login pada system, jika berhasil masuk ke halaman utama kemudian memilih produk, produk masuk kedalam menu keranjang kemudian melakukan pembayaran. *B2C Operation Asst* menerima pembayaran, jika pembayaran sesuai lanjut ke proses pengiriman barang pada system, *B2C Operation Asst* juga dapat mencetak laporan.

### Class Diagram

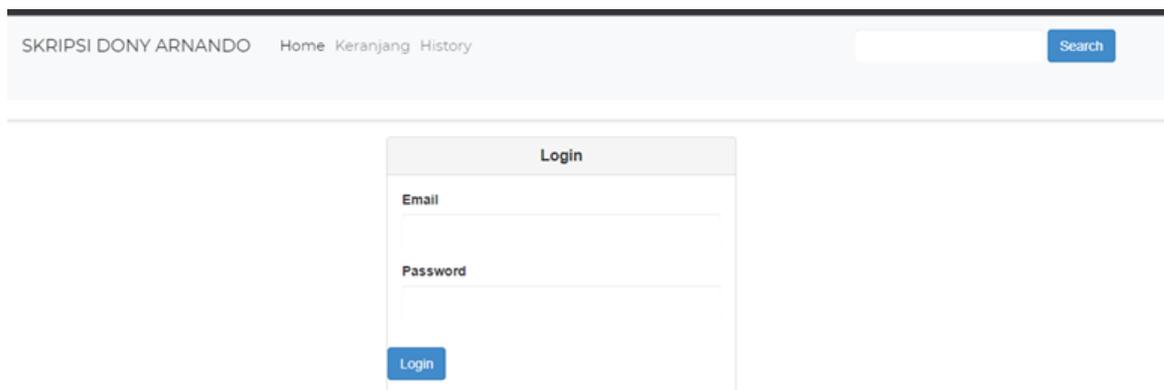


Gambar 5 *Class Diagram* yang diusulkan

Tabel pelanggan berelasi dengan table pembelian, pembelian produk dan produk. Table pembelian juga berelasi dengan table pembayaran dan table ongkir.

### Tampilan Program

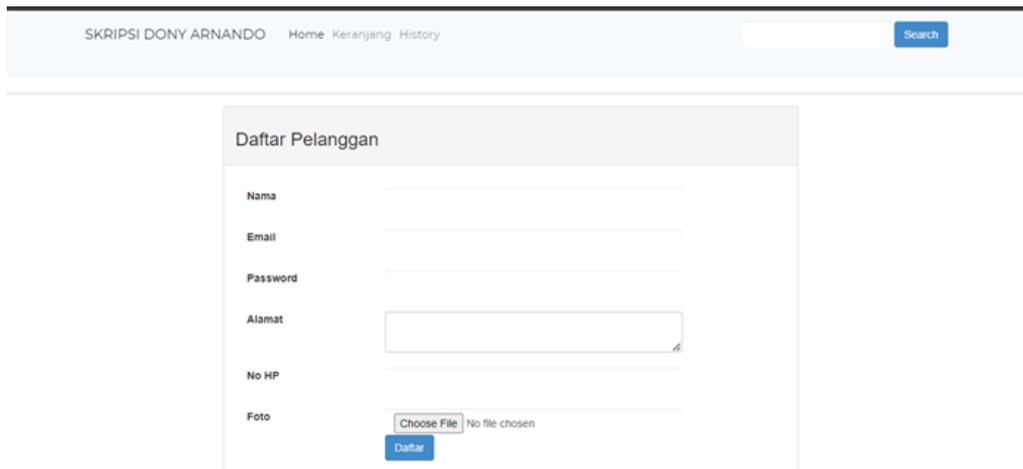
#### 1. Tampilan menu *Login Customer*



Gambar 6 Tampilan Menu *Login Customer*

Halaman Login *Customer* sebelum masuk ke halaman utama.

## 2. Tampilan menu *Register*



SKRIPSI DONY ARNANDO Home Keranjang History  Search

### Daftar Pelanggan

Nama

Email

Password

Alamat

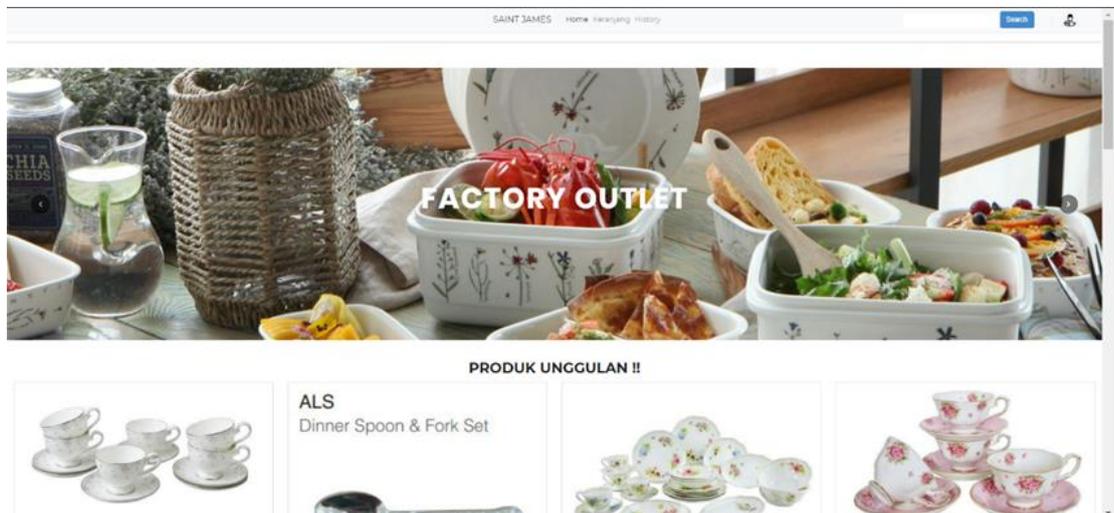
No HP

Foto  No file chosen

Gambar 7 Tampilan Menu *Login Customer*

Halaman untuk registrasi pengguna baru.

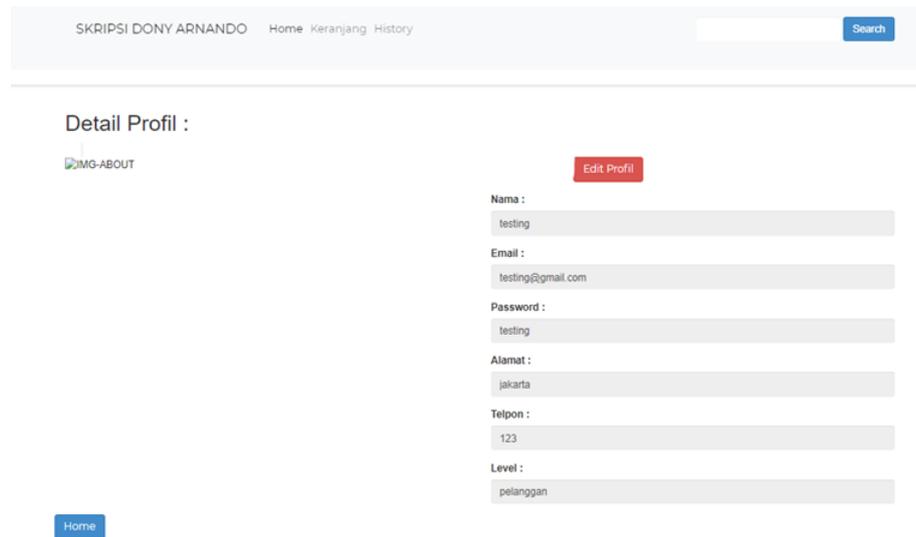
## 3. Tampilan menu *Home*



Gambar 8 Tampilan Pada Menu *Home*

Halaman awal *customer* ketika berhasil *login* ke dalam sistem.

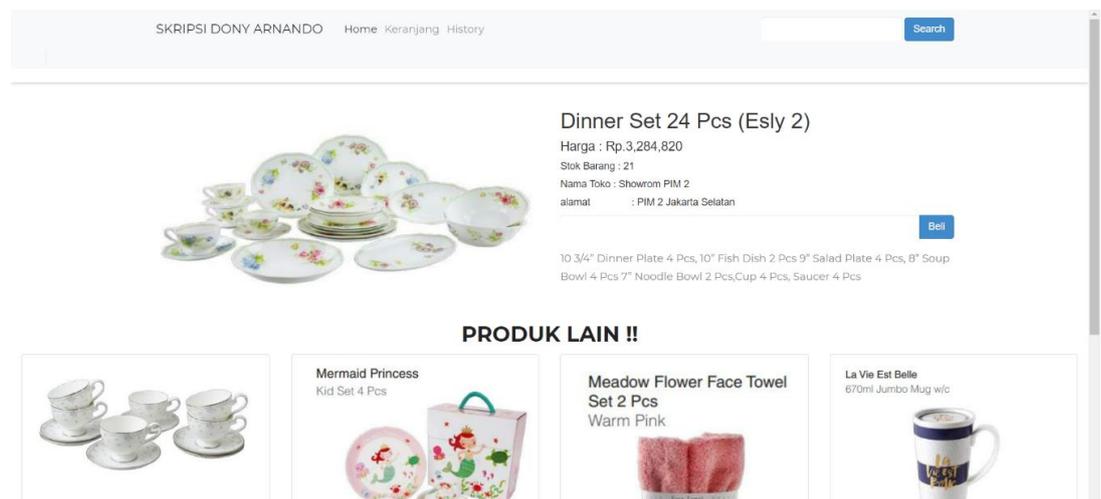
#### 4. Tampilan menu profil *User*



Gambar 9 Tampilan Menu Profil *User*

Halaman untuk melihat informasi dan mengubah informasi pribadi *Customer*.

#### 5. Tampilan pada menu Detail Produk



Gambar 10 Tampilan Pada Menu Detail Produk

Halaman detail produk ini berfungsi menampilkan informasi produk secara lebih detail. Mulai dari harga produk, stock dan deskripsi produk.

## 6. Tampilan pada menu Keranjang

SKRIPSI DONY ARNANDO Home Keranjang History

### Keranjang Belanja

No	Produk	Harga	Jumlah	Total
1	Stainless Tumbler 500 Ml (Straw Dark)	Rp. 203,700	2	Rp. 407,400
2	Dinner Set 24 Pcs (Eslly 2)	Rp. 3,284,820	2	Rp. 6,569,640
3	Kid Set 4 Pcs (Mermaid Princess)	Rp. 509,599	2	Rp. 1,019,198
4	Jumbo Mug (La Vie Est Belle)	Rp. 270,400	2	Rp. 540,800
<b>Total Belanja</b>				<b>Rp. 8,537,038</b>

testing testing@gmail.com Jakarta - Rp. 10.000

Alamat Lengkap Pengiriman  
Jakarta Utara

Gambar 11 Tampilan Menu Keranjang

Halaman yang berfungsi untuk menampilkan item yang telah di pilih oleh *customer*.

## 7. Tampilan pada menu konfirmasi pembayaran

SKRIPSI DONY ARNANDO Home Keranjang History

### Konfirmasi Pembayaran

Kirim Bukti Pembayaran Disini

Total Tagihan Anda **Rp. 8,547,038**

Nama Penyetor  
Dony

Bank  
BCA

Jumlah  
8547038

Foto Bukti  
 No file chosen  
Foto bukti Harus Kurang Dari 2MB

Gambar 12 Tampilan Pada Menu Konfirmasi Pembayaran

Halaman ini berfungsi untuk melihat total tagihan *customer* yang telah masuk ke Keranjang. *Customer* dapat mengupload bukti bayar pada halaman ini.

## Hasil Pengolahan Data Kuesioner *User Acceptance Test (UAT)*

*User Acceptance Test* merupakan kegiatan menyebarkan kuesioner ke beberapa pengguna untuk tau bagaimana respown mereka terhadap sistem yang telah di buat. Tujuannya merupakan untuk mengetahui sejauh mana user senang terhadap pengalaman menggunakan aplikasi tersebut. Dilakukan pengujian dengan cara memberikan sebuah pertanyaan-pertanyaan kepada sebanyak 52 responden agar dapat tau tanggapan dari mereka terhadap

sistem yang telah dibuat yang kemudian akan diimplementasikan. Berikut merupakan opsi jawaban yang dapat di dipilih oleh para pengisi kuesioner:

Tabel 1 Pilihan Jawaban *UAT*

A	Sangat Tidak Setuju
B	Tidak Setuju
C	Cukup Setuju
D	Setuju
E	Sangat Setuju

Tabel 2 Bobot Nilai *UAT*

1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Cukup Setuju
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Tabel 3 Pertanyaan dan Bobot Nilai *UAT*

No	Pertanyaan					
		1	2	3	4	5
1	Dengan adanya website berbasis <i>e-commerce</i> ini dapat memudahkan user dalam melakukan pemesanan produk.					
2	Dengan adanya website yang telah di buat, laporan penjualan bulanan dapat memudahkan proses evaluasi penjualan <i>B2C Manager Marketing</i> .					
3	Di dalam <i>website</i> yang telah di buat tersedia berbagai produk yang memiliki tampilan menarik.					
4	Secara garis besar aplikasi <i>website</i> berbasis <i>e-commerce</i> ini mudah untuk di pahami.					

5	Aplikasi website berbasis <i>ecommerce</i> dapat di terima dengan baik.							
---	---	--	--	--	--	--	--	--

Tabel 4 Tabel Hasil Perhitungan Jawaban Kuesioner

No	Pertanyaan	Jawaban					Jml	Rata-rata	
		A X 1	B X 2	C X 3	D X 4	E X 5			%
1	Dengan adanya website berbasis <i>e-commerce</i> ini dapat memudahkan user dalam melakukan pemesanan produk.	0	0	0	116	115	231	4,4	88%
2	Dengan adanya website yang telah di buat, laporan penjualan bulanan dapat memudahkan proses evaluasi penjualan <i>B2C Manager Marketing</i> .	0	0	30	80	110	220	4,2	84%
3	Di dalam website yang telah di buat tersedia berbagai produk yang memiliki tampilan menarik.	0	0	33	80	105	218	4,2	84%
4	Secara garis besar aplikasi website berbasis <i>e-commerce</i> ini mudah untuk di pahami.	0	0	9	80	145	234	4,5	90%
5	Aplikasi website berbasis <i>e-commerce</i> dapat di terima dengan baik.	0	0	6	84	145	235	4,6	92%

- Berikut analisis untuk pertanyaan pertama : Pada tabel di atas dapat di lihat bahwa jumlah 52 responden untuk pertanyaan yang pertama adalah 231. Memiliki nilai rata-ratanya  $231/52=4,4$ . Memiliki persentase nilai  $4,4/5 \times 100 = 88\%$ .
- Dilihat analisis pada pertanyaan ke dua adalah sebagai berikut : Dilihat dari tabel diatas maka jumlah dari sebanyak 52 responden untuk pertanyaan pertama sebesar 218. Diperoleh nilai rata-ratanya  $218 / 52 = 4,2$ . Nilai dari persentasenya adalah  $4,2/5 \times 100 = 84\%$ . Berikut analisa dari pertanyaan ke dua : pada tabel diatas maka dilihat jumlah dai sebanyak 52 responden untuk pertanyaan kedua adalah 218. Nilai rata-ratanya adalah  $218 / 52=4,2$ . Maka nilai persentasenya adalah  $4,2/5 \times 100 = 84\%$ .
- Berikut adalah analisis pertanyaan untuk nomor tiga : Jika dilihat pada tabel diatas maka jumlah dari sebanyak 52 responden untuk pertanyaan ketiga adalah 234. Memiliki nilai rata rata  $234 / 52 = 4,5$ . Presentasenya adalah  $4,5 / 5 \times 100 = 90\%$ .
- Dilihat dari analisis pertanyaan ke empat : Pada tabel diatas maka dapat dilihat jumlah dari sebanyak 52 responden untuk pertanyaan pertamanya adalah 235. Maka nilai rata-ratanya adalah  $235/52=4,6$ . Memiliki persentase nilai  $4,6/5 \times 100 = 92\%$ .

5. Keseluruhan dari data tersebut bisa dihitung Jumlah jawaban secara keseluruhan yaitu:

$$\frac{(88+84 +84+ 90 + 92)}{5} = 87,6\%$$

5 (Jumlah total pertanyaan)

Di lihat dari data di atas maka disimpulkan bahwa website dapat di terima dengan baik dan mudah di pahami penggunaanya oleh user.

### Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan analisa rancang bangun *e-commerce* model B2C Pada PT Kilau Prima Abadi maka di peroleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Dengan adanya sistem ini dapat membantu mempermudah calon konsumen dalam melakukan pemesanan produk dan mendapatkan harga retail yang tidak di *markup*.
2. Sistem dapat mempermudah *B2C Operation* Asst dalam mencatat pembelian yang masuk melalui tampilan pesanan pelanggan pada website yang telah di buat.
3. Laporan penjualan yang ada di dalam tampilan website dapat membantu *B2C Manager Marketing* dalam melakukan evaluasi penjualan.

### Ucapan Terima Kasih

Terima Kasih kepada PT Kilau Prima Abadi sudah bersedia menjadi tempat penelitian untuk berjalannya tugas akhir ini, Terimakasih juga kepada bapak Yakub yang telah membantu sampai selesainya penelitian ini.

### Referensi :

- [1] I Gusti Ayu Desi, S. and I Gusti Ayu Putri Indah, S. (2020) 'Analisis Perancangan Aplikasi Peramalan Barang Dadang Sederhana dengan Metode *Semi Average Method*', Jurnal Teknik Elektro dan Komputer, 9(J. Tek. Elektro dan Komput.), pp. 206–212.
- [2] Maulida, N.H. (2022) 'Studi Literatur Penerapan Metoda *Prototype* dan *Waterfall* dalam Pembuatan Sebuah Aplikasi atau Website.
- [3] Puspitaningrum, A.C. and Sintiya, E.S. (2022) 'Teknik *Elisitasi* Kebutuhan Perangkat Lunak: Literatur Review', JUSIFO (Jurnal Sistem Informasi), 8(1), pp. 35–42. Available at: <https://doi.org/10.19109/jusifo.v8i1.11569>.
- [4] Yoki Firmansyah, R.M.N.F. (2020) 'SISTEM INFORMASI PENGADUAN WARGA BERBASIS WEBSITE (STUDI KASUS: KELURAHAN SIANTAN TENGAH, PONTIANAK UTARA)', Jurnal Cendikia , 9, pp. 397–404.
- [5] Alakel, W., Ahmad, I. and Santoso, E.B. (2019) 'Sistem Informasi Akuntansi Persediaan Obat Metode *First in First Out* (Studi Kasus: Rumah Sakit Bhayangkara Polda Lampung)', Jurnal Tekno Kompak, 13(1), p. 36. Available at: <https://doi.org/10.33365/jtk.v13i1.269>.
- [6] Bryant, A., Colledge, B., 2002. Trust in Electronic Commerce Business Relationships. Journal of Electronic Commerce Research. 3(2), 32-39 [WWW Document]. URL (accessed 2.7.23).
- [7] Chen, Q., Zhang, N., 2015. Does e-commerce provide a sustained competitive advantage? An investigation of survival and sustainability in growth-oriented enterprises. Sustainability (Switzerland) 7.

- [8] Riyanto. 2011. Membuat Sendiri Aplikasi ECommerce dengan PHP & MySQL Menggunakan CodeIgniter & JQuery. Yogyakarta: Andi, Yogyakarta.
- [9] Heni A Puspitosari . 2011. Pemrograman Web Database dengan PHP MySQL. Yogyakarta: Skripta Media Creative.
- [10] Saputra Agus, dkk. 2012. Membangun Aplikasi E-Library Untuk Panduan Skripsi. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- [11] Maryama Siti 2013. Penerapan ECommerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. Vol. 2, No. 1. STIE Ahmad Dahlan. Jakarta
- [12] Pranata, I.M.A., and Darma, G.S. (2014). Strategi Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing, Jurnal Manajemen & Bisnis, 11 (1): 69-81.
- [13] Widani, N.M., Abiyasa, A.P., Darma, G.S. (2019). Menguji Ketajaman Implementasi E-Commerce Dalam Penjualan Kamar Hotel di Bali, Jurnal Manajemen & Bisnis, 16 (2): 79-98.
- [14] Yulianto, Erwin; Mauluddin, Amras, Penerapan E-Commerce Berbasis Business to Customer (B2C) Pada Industri Garment, In Search, Vol. 19, No. 1, Bandung, 2019.
- [15] Seno, Membangun Toko Online, Wahana Komputer, Semarang, 2014.