

Vol. 3, No. 1, 2024

PEMBUATAN APLIKASI PENJUALAN TOKO BUNGA ONLINE SEBAGAI SOLUSI BISNIS ONLINE PADA TOKO BUNGA H. ENJO GROUP CIREBON

Viar Dwi Kartika¹⁾, Marsani Asfi²⁾, Unang Solihin³⁾, Muhamad Bahri⁴⁾, Fahririzal Gani Husaini⁵⁾, Fahrul Firgiana⁶⁾, Muh. Syahdan Muslim⁷⁾, Yuni Awalaturrohmah Solihah⁸⁾

^{1,4,5,6,7)}Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Catur Insan Cendekia,

^{2,3)}Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Catur Insan Cendekia

⁸⁾Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Catur Insan Cendekia

Kota Cirebon, Provinsi Jawa Barat, Indonesia

E-mail : viardk@cic.ac.id, marsani.asfi@cic.ac.id, unang.solihin@cic.ac.id, muhamad.bahri.ti.21@cic.ac.id, fahririzal.husaini.ti.21@cic.ac.id, fahrul.firgiana.ti.21@cic.ac.id, syahdan.muslim.ti.21@cic.ac.id, yuniasolihah@cic.ac.id

ABSTRAK

Industri bunga merupakan bisnis yang sangat menjanjikan dan selalu dibutuhkan setiap tahunnya. Bunga digunakan sebagai hadiah, pelengkap acara, hingga simbol perasaan. Tingginya permintaan bunga menjadikan bisnis ini menguntungkan bagi para pelaku usaha. Dengan berkembangnya teknologi, pelaku usaha bunga mulai memperluas jangkauan pasar melalui aplikasi penjualan bunga. Aplikasi ini memudahkan pelanggan untuk memilih dan memesan bunga tanpa perlu datang langsung ke toko, serta mempermudah pengelolaan bisnis melalui transaksi online. Keunggulan aplikasi ini dibandingkan cara tradisional adalah kemudahan transaksi, perbandingan harga, dan kualitas bunga dari berbagai toko. Dengan aplikasi penjualan bunga, pelaku usaha dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan memperluas bisnisnya, menjadikannya solusi tepat untuk kemajuan bisnis bunga.
Kata kunci: Industri bunga, aplikasi penjualan bunga, teknologi, transaksi online.

ABSTRACT

The flower industry is a highly promising business that is in constant demand every year. Flowers are used as gifts, to enhance the ambiance of major events, and as symbols of various sentiments. The high demand for flowers makes this business profitable for entrepreneurs. With technological advancements, flower business owners are expanding their market reach through flower sales applications. These applications make it easier for customers to select and order flowers without needing to visit flower shops in person and facilitate business management through online transactions. The advantages of these applications over traditional methods include ease of transactions, price comparison, and flower quality from different shops. Flower sales applications enable business owners to reach more customers and expand their businesses, making them an ideal solution for advancing the flower business.

Keywords: Flower industry, flower sales application, technology, online transactions.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertama, industri bunga merupakan salah satu bisnis yang sangat menjanjikan dan selalu dibutuhkan setiap tahunnya. Bunga dapat digunakan sebagai hadiah untuk orang spesial, pelengkap suasana pada acara-acara besar, hingga simbol dari perasaan yang ingin disampaikan. Kebutuhan akan bunga yang tinggi membuat bisnis ini sangat menguntungkan bagi para pelaku usaha. Kedua, dengan berkembangnya teknologi, para pelaku usaha bunga mencoba untuk memperluas jangkauan pasar dengan menggunakan aplikasi penjualan bunga. Aplikasi ini memudahkan para pelanggan untuk memilih dan memesan bunga yang diinginkan tanpa harus datang langsung ke toko bunga. Aplikasi ini juga mempermudah bagi para pelaku usaha dalam mengelola bisnisnya karena transaksi dapat dilakukan secara online. Terakhir, aplikasi penjualan bunga memiliki banyak kelebihan dibandingkan dengan cara tradisional. Selain mempermudah transaksi, aplikasi ini juga memudahkan bagi para pelanggan untuk membandingkan harga dan kualitas bunga yang dijual oleh berbagai toko bunga. Dengan adanya aplikasi ini, para pelaku usaha dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan memperluas bisnisnya. Oleh karena itu, aplikasi penjualan bunga menjadi solusi yang tepat bagi para pelaku usaha bunga dalam memajukan bisnisnya

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah dalam kegiatan ini yaitu:

1. Bagaimana menjamin keamanan transaksi penjualan melalui aplikasi?
2. Bagaimana menangani masalah pengiriman bunga ke pelanggan?
3. Bagaimana menjamin ketersediaan stok bunga yang dijual melalui aplikasi?
4. Bagaimana mempromosikan aplikasi penjualan bunga ke masyarakat?

C. Tujuan Kegiatan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan ini adalah:

1. Mempermudah proses transaksi penjualan bunga.
2. Meningkatkan aksesibilitas bagi pelanggan untuk membeli bunga.
3. Menyediakan platform yang aman dan terpercaya untuk transaksi.
4. Menyediakan informasi produk dan harga yang akurat dan up-to-date.
5. Mempermudah pemantauan stok dan pemesanan produk bagi penjual.
6. Memberikan pengalaman belanja yang lebih baik bagi pelanggan.

D. Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari aplikasi ini adalah :

1. Meningkatkan efisiensi bisnis: Aplikasi mempermudah dan mempercepat proses penjualan bunga, sehingga bisnis dapat berjalan lebih efisien.
2. Mengurangi biaya: Aplikasi dapat mengurangi biaya operasional bisnis, seperti biaya untuk pegawai tambahan atau biaya untuk alat tulis kantor.
3. Meningkatkan jangkauan pasar: Aplikasi memungkinkan bisnis untuk menjangkau pelanggan dari berbagai lokasi tanpa terbatas oleh waktu dan jarak.
4. Meningkatkan kepuasan pelanggan: Aplikasi memudahkan pelanggan untuk melakukan transaksi dan memperoleh informasi yang lengkap, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.
5. Meningkatkan pemahaman bisnis: Aplikasi dapat membantu menganalisis data penjualan dan memberikan informasi penting bagi bisnis, seperti tren penjualan dan permintaan pasar.

6. Meningkatkan profesionalisme bisnis: Aplikasi memberikan tampilan yang profesional dan memudahkan pelanggan untuk melakukan transaksi, sehingga membantu meningkatkan citra bisnis

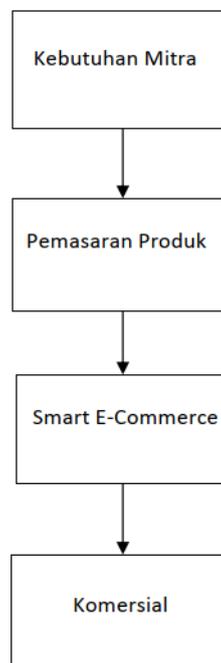
METODE

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode penelitian, salah satunya adalah metode pengumpulan data, yang meliputi:

1. Wawancara, merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung kepada pihak Desa Pasindangan dan masyarakat untuk memperoleh data yang diperlukan.
2. Observasi, merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengamati objek penelitian secara langsung.
3. Studi Pustaka, merupakan metode pengumpulan data dengan mencari referensi dari berbagai sumber seperti buku, dokumen, dan artikel di internet yang relevan dengan penelitian ini.

A. Rancangan Teknologi

Rancangan teknologi yang akan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan mitra dapat dilihat pada bagan di Gambar 1 berikut :



Gambar 3. Rancangan Teknologi yang akan diterapkan

Tahapan awal dalam rancangan teknologi adalah dengan melakukan analisis kebutuhan mitra. Saat ini, Taman H. Enjo membutuhkan penerapan teknologi bagi produknya, berupa pemasaran produk dengan menggunakan E-Commerce. Dalam pemasaran, teknologi yang digunakan adalah sistem Smart E-Commerce yang berbasis pada web. Sistem E-Commerce ini akan dibangun dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL. Sistem Smart E-Commerce ini di desain menggunakan BOOTSTRAP. Sistem Smart E-Commerce ini akan memiliki beberapa fitur yang menyajikan informasi produk, promosi produk, pembelian produk secara online dan fitur lain-lain. Sistem Smart E-Commerce ini juga membantu mitra

dalam menganalisis daya beli masyarakat, kebutuhan konsumen dimasa yang akan datang dan mempromosi produk mitra ke konsumen secara real-time.

B. Rancangan Implementasi

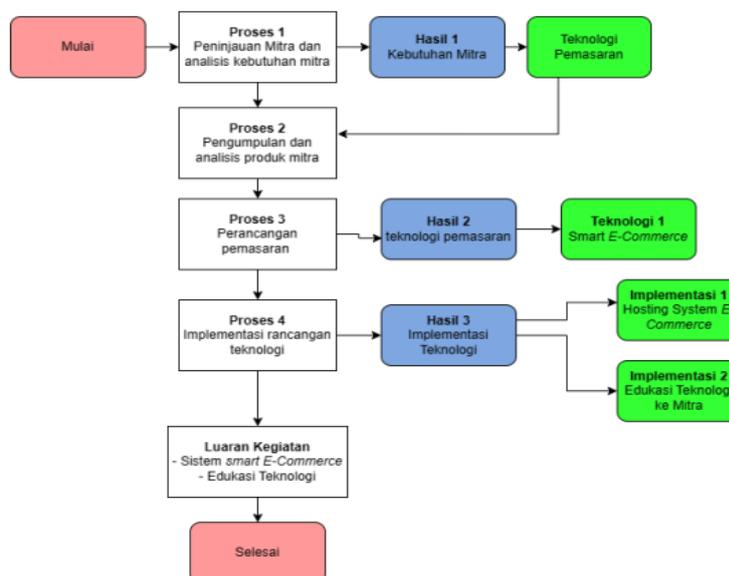
Setelah dilakukan perancangan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan mitra, selanjutnya dilakukan implementasi terhadap rancangan teknologi yang telah dibuat. Tujuan dilakukan implementasi ini adalah agar hasil rancangan teknologi dapat diterapkan untuk pengemasan dan pemasaran produk yang dimiliki oleh Taman H. Enjo Selanjutnya implementasi rancangan Smart E-Commerce yang telah dibangun dilakukan dengan cara mempublish sistem ke Server Hosting yang ada di Internet. Server Hosting yang digunakan adalah Niagahoster, dimana server ini banyak digunakan oleh para pengembang usaha online untuk menghosting sistem E-Commerce usahanya. Sehingga setelah dilakukan hosting sistem, maka sistem Smart E-Commerce ini dapat diakses dimanapun dan kapanpun oleh konsumen Taman H. Enjo dimanapun dan kapanpun, asalkan memiliki fasilitas internet dan gadget untuk mengakses sistem E-Commerce ini. Setelah dilakukan implementasi rancangan kemasan dan E-Commerce, selanjutnya melakukan edukasi kepada mitra terhadap penggunaan dari teknologi. Dari edukasi ini, maka mitra dapat menggunakan E-Commerce yang telah dirancang untuk produknya dan memasarkan produk secara luas dengan menggunakan E-Commerce yang telah diimplementasikan. Penedukasian kepada mitra Taman H. Enjo secara langsung.

C. Rancangan Lanjutan

Setelah dilakukan pengimplementasian penerapan teknologi pemasaran, maka dilakukan evaluasi untuk mengetahui kekurangan atau rancangan selanjutnya yang dapat dikembangkan untuk kebutuhan mitra. Serta dalam pemasaran juga dapat dikembangkan melalui jejaring sosial media dengan menerapkan metode Digital Content Marketing, sehingga promosi produk lebih terarah dan sampai dengan baik ke konsumen.

D. Diagram Alur Kegiatan

Berdasarkan metode pelaksanaan yang telah dirancang, maka dapat dilihat diagram alur kegiatan pada Gambar 2 berikut :



Gambar 2. Diagram Alur Kegiatan

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tanaman Hias

Tanaman hias adalah tanaman yang ditanam atau dikembangkan untuk tujuan dekorasi atau penghiasan, seperti halnya taman, teras, ruangan, atau lanskap. Tanaman hias dapat berupa bunga, pokok, semak, tumbuhan air, dll. Tujuannya adalah untuk penghijauan sekaligus menambah keindahan dan mempercantik lingkungan sekitar [1]. Contoh tanaman hias dapat dilihat pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Tanaman Hias dan bunga Industri Rumah H.Enjo.

Pemrosesan kopi sebelum dapat diminum melalui proses panjang, yaitu dari pemanenan biji kopi yang telah matang, baik dengan cara mesin maupun dengan tangan, kemudian dilakukan pemrosesan biji kopi dan pengeringan sebelum menjadi kopi gelondong. Proses selanjutnya, yaitu penyangraian dengan tingkat derajat yang bervariasi. Setelah penyangraian, biji kopi digiling atau dihaluskan menjadi bubuk kopi sebelum kopi dapat diminum

B. Smart E-Commerce

Electronic Commerce (E-Commerce) adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer. E-Commerce merupakan bagian dari E-Business, di mana cakupan E-Business lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dan lain-lain [6]. E-Commerce bisa membantu perkembangan pertumbuhan ekonomi domestic dan juga saat ini E-Commerce dapat menjadi alternative untuk mencapai perekonomian global dengan cara yang lebih efektif dan efisien. Adapun bentuk E-Commerce dapat dilihat pada Gambar 2.3 berikut:

Dengan Penerapan Smart E-Commerce, maka dapat membantu itra untuk dapat menganalisis kebutuhan pasar, daya beli konsumen dan juga memungkinkan promosi produk ke konsumen secara luas, sehingga dengan penerapan Smart E-Commerce ini dapat meningkatkan profit penjualan. Penerapan Smart E-Commerce akan merubah semua kegiatan marketing dan juga sekaligus memangkas biaya-biaya operasional untuk kegiatan trading (perdagangan). Proses yang ada dalam E-Commerce adalah sebagai berikut :

- a. Presentasi elektronik (pembuatan website) untuk produk dan layanan.
- b. Pemesanan secara langsung dan tersedianya tagihan.
- c. Otomatisasi akun pelanggan secara aman (baik nomor rekening maupun nomor Kartu Kredit).
- d. Pembayaran yang dilakukan secara Langsung (online) dan penanganan transaksi.

C. Pemasaran Berbasis Digital

Pemasaran merupakan suatu fungsi yang secara langsung menentukan penjualan dan kegiatan yang mempunyai cakupan yang luas karena selain mencakup bagian internal juga mencakup bagian eksternal perusahaan. pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial dimana individu atau kelompok bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui kreativitas, penawaran dan pertukaran nilai produk dengan yang lain [3]. Saat ini, dalam pemasaran sebuah produk, terdapat strategi-strategi yang perlu dilakukan, salah satunya adalah strategi pemasaran digital. Pemasaran digital merupakan proses memasarkan produk secara online dengan difasilitasi internet. Saat ini terdapat banyak teknologi digital yang berkembang dan dapat digunakan dalam memasarkan produk secara online [4]. Dengan strategi pemasaran digital ini, maka produk dapat dipasarkan secara luas tanpa ada batas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Implementasi

1. Tampilan halaman home pada Web





SIMPULAN

Industri bunga merupakan salah satu sektor bisnis yang menjanjikan karena permintaan yang terus ada sepanjang tahun. Bunga digunakan dalam berbagai kesempatan, mulai dari hadiah hingga pelengkap acara, serta sebagai simbol perasaan, menjadikannya produk yang selalu dibutuhkan. Dengan tingginya permintaan ini, bisnis bunga dapat memberikan keuntungan signifikan bagi para pelaku usaha. Emajuan teknologi telah membuka peluang baru bagi para pelaku usaha bunga untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Melalui aplikasi penjualan bunga, para pengusaha dapat menawarkan kemudahan bagi pelanggan dalam memilih dan memesan bunga tanpa harus datang ke toko fisik. Selain itu, aplikasi ini mempermudah pengelolaan bisnis dengan memungkinkan transaksi dilakukan secara online, sehingga efisiensi dan efektivitas operasional meningkat. Aplikasi penjualan bunga menawarkan berbagai keunggulan dibandingkan cara tradisional. Dengan aplikasi ini, pelanggan dapat dengan mudah membandingkan harga dan kualitas bunga dari berbagai toko, memastikan mereka mendapatkan nilai terbaik. Bagi pelaku usaha, aplikasi ini memungkinkan mereka untuk menjangkau lebih banyak pelanggan, baik lokal

maupun lebih luas, dan memperluas cakupan bisnis mereka. Dengan demikian, penerapan aplikasi penjualan bunga menjadi solusi yang tepat dan strategis bagi para pelaku usaha bunga dalam mengembangkan dan memajukan bisnis mereka. Teknologi ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan pelanggan tetapi juga meningkatkan daya saing dan profitabilitas bisnis bunga di era digital

REFERENSI

- Darmawangsyah, Jamaluddin, P. dan Kadirman. 2016. Fortifikasi Tepung Tulang Ikan Bandeng Dalam Pembuatan Kue Kering. *Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian*. 2 (2): 149-156.
- Naimah dan Soesilo. 2016. Manfaat Legalitas P-IRT Bagi Pengembangan Usaha Dalam Program ibM Kripik Pisang Berkulit. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*. 1 (1): 51-63.
- Kristiyanti, M. dan Rahmasari, L. 2015. Website Sebagai Media Pemasaran Produk-Produk Unggulan UMKM Di Kota Semarang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 13 (2):186-196.
- Setiawati, I. dan Widyartati, P. 2017, Pengaruh Stategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM, Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Publikasi *Jurnal Ilmiah Dalam Menyikapi Permenristekdikti RI No.20, 9 Mei 2017, Semarang, Indonesia* : 343-347.
- Syukrianti, M. dan Nurif, M. 2015. Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora*. 8 (2):181-190.
- Irmawati, D. 2011. Pemanfaatan E-commerce Dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*. 6 (1):95-112.
- Wahyuni, T. Dan Puadah, U. 2019. Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Online Di Rajut.I Handmade. *INFOTECH Journal*. 5 (1):15-22.
- Magdalena, H. Dan Ellyani, W. 2017. Strategi Memanfaatkan E-Commerce Dalam Memasarkan Makanan Khas Bangka. *Cogito Smart Journal*. 3 (2) : 286-298.
- Masykur, F., Antarukmi, D. Dan Risfaula, E. 2016. Smart E-Commerce UMKM Reog Ponorogo. *Jurnal Surya : Seri Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2 (1):93-100.