

Analisis Penggunaan E-Commerce dalam Keterkaitan dengan Budaya Bali Berbasis Web

Ida Bagus Suradarma, I Made Sarjana

STMIK STIKOM Bali

Jl Raya Puputan Renon No 86 Denpasar Bali, telp. 244445

e-mail: suradarma@stikom-bali.ac.id

Abstrak

Bali, provinsi di Indonesia yang terletak di antara pulau Jawa dan pulau Lombok mayoritas penduduknya beragama Hindu, sehingga dikenal sebagai Pulau Dewata dan Pulau Seribu Pura. Menurut masyarakatnya, terdapat dua garis besar jenis pekerjaan di Bali, yaitu formal dan informal. Contoh jenis pekerjaan formal adalah pekerjaan di sektor agraris dan sektor pariwisata. Sedangkan jenis pekerjaan informal, yang sangat jarang sekali dijamah orang adalah seperti pedagang kaki lima, jasa tukang cukur, dan sebagainya. Sebagai konsumen, perilaku dan budaya masyarakat Bali sangat besar pengaruhnya. Berbelanja sudah dianggap sebagai sarana hiburan dan rekreasi. Disamping itu, kebanggaan dalam berbelanja bagi masyarakat Bali bukan hanya didapat dari kepuasan akan produk yang dibeli, namun dapat pula berasal dari rasa bangga dan rasa gengsi. Untuk menjawab masalah tersebut, dalam hal pengisian-pengisian sektor informal, serta mendukung perilaku dan budaya Bali sebagai konsumen, perlu dibuatnya suatu penelitian mengenai Analisis Penggunaan E-Commerce dalam Keterkaitan dengan Budaya Bali Berbasis Web.

Kata kunci: e-commerce, budaya, bali

Abstract

Bali is one of the Indonesian province that lies between Java and Lombok island which is predominantly by Hindu, also known as the Island of Gods and Island of Thousand Temples. According to the society, there are two types of work outline in Bali, they are formal and informal. Examples of types of formal employment is employment in the agricultural sector and the tourism sector. While these types of informal employment, which is rarely touched by people are like street vendors, barber services, and so on. As a consumer, behavior and culture of the Balinese people are very big influence. Shopping has been considered as a means of entertainment and recreation. Besides, pride in shopping for the people of Bali is not only derived from the satisfaction of the product purchased, but can also come from a sense of pride. To answer these problem, in terms of filling the informal sector, as well as support the behavior and culture as consumers, need to be made a research on the use of E - Commerce Analysis in Bali Cultural based on Web.

Keywords: e-commerce, culture, bali

1. Pendahuluan

Bali adalah nama salah satu provinsi di Indonesia. Bali yang terletak di antara pulau Jawa dan pulau Lombok terkenal sebagai daerah tujuan wisata dunia. Mayoritas penduduk Bali adalah beragama Hindu, sehingga pulau ini dikenal juga sebagai Pulau Dewata dan Pulau Seribu Pura [1].

Menurut masyarakatnya, terdapat dua garis besar jenis pekerjaan di Bali, yaitu formal dan informal. Jenis pekerjaan formal dicirikan dengan adanya pola menetap, seperti pekerjaan di sektor agraris dan sektor pariwisata. Sedangkan jenis pekerjaan informal, sangat jarang sekali dijamah orang Bali karena dianggap sebagai “pekerjaan jalanan” dan mirip dengan pengangguran. Banyak pekerjaan di sektor informal dikuasai oleh pendatang dari luar Bali, seperti pedagang kaki lima, jasa tukang cukur, dan sebagainya.

Sebagai konsumen, perilaku dan budaya masyarakat Bali sangat besar pengaruhnya. Berbelanja bagi sebagian masyarakat dianggap bukan lagi sekedar mencari barang yang dibutuhkan, akan tetapi sudah dianggap sebagai hiburan dan rekreasi. Disamping itu, kebanggaan dalam berbelanja bagi

masyarakat Bali bukan hanya didapat dari kepuasan akan produk yang dibeli, namun dapat pula berasal dari rasa bangga dan rasa gengsi.

Untuk menjawab masalah di atas, dalam hal pengisian-pengisian sektor informal, serta mendukung perilaku dan budaya Bali sebagai konsumen, perlu dibuatnya suatu penelitian mengenai Analisis Penggunaan E-Commerce dalam Keterkaitan dengan Budaya Bali Berbasis Web.

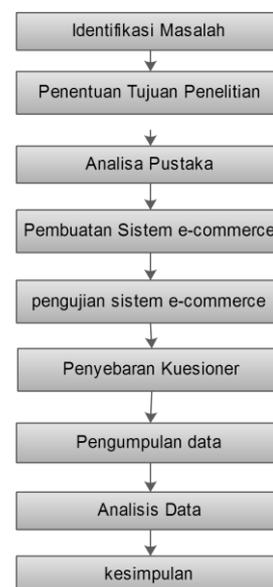
Saat ini, dalam dunia digital marketing di Indonesia, *E-commerce* adalah salah satu yang disebut-sebut sebagai *the next big thing*. *E-commerce* sendiri memiliki pengertian sebagai suatu kegiatan pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik [2].

2. Metode Penelitian

Dalam bab ini dibahas mengenai langkah, cara, serta bahan dan alat yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

2.1 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1. Penelitian ini dimulai dengan pengidentifikasian masalah, kemudian dilanjutkan dengan penetapan tujuan penelitian dan analisa pustaka. Tahap berikutnya adalah pembuatan sistem *e-commerce* berbasis web menggunakan aplikasi *open source*. Setelah sistem berjalan, akan dilakukan pengujian terhadap beberapa fungsi yang ada di sistem menggunakan teknik *Black Box*. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan.



Gambar 1. Sistematika Penelitian

2.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di STMIK STIKOM Bali yang beralamat di Jl. Raya Puputan Renon No. 86 Denpasar Bali.

2.3. Teknik Pengumpulan Data

2.3.1. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik untuk mengumpulkan data penelitian. Sebagai salah satu teknik/ metode pengumpulan data, observasi memiliki keunggulan daripada teknik pengumpulan data lainnya seperti kuesioner atau wawancara, yaitu dapat meneliti tidak terbatas pada orang saja tapi juga objek penelitian lainnya.

2.3.2. Wawancara

Tahapan yang digunakan dalam wawancara ini adalah:

- Menentukan jenis wawancara yang akan digunakan. Dipilih wawancara semi terstruktur untuk pewawancara yang belum berpengalaman.
- Merencanakan item pertanyaan dengan baik sehingga pelaksanaan akan lebih efisien. Memahami topik penelitian dan informasi apa saja yang akan diungkap dari responden.
- Melakukan latihan, atau simulasi terlebih dahulu serta mengikuti proses wawancara yang dilakukan oleh rekan yang lebih senior.
- Menggunakan sarana semaksimal mungkin sehingga informasi yang ada tidak terlewatkan.
- Mengatur waktu dengan baik agar pelaksanaan wawancara dapat berjalan dengan efektif.

2.3.3. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian. Dokumen dapat dibedakan menjadi:

- Dokumen primer
Ditulis oleh orang yang langsung mengalami suatu peristiwa. Contohnya otobiografi.
- Dokumen skunder
Peristiwa yang dilaporkan oleh orang yang mengalaminya dan ditulis oleh orang lain. Contohnya biografi.

2.3.4. Analisa Sistem

Menganalisa permasalahan yang ada berdasarkan data-data yang telah diperoleh melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Hasil yang didapat dari proses analisa sistem adalah dibutuhkannya sebuah sistem berbasis web yang dapat diakses dari mana saja secara *online*, di mana sistem ini dapat menjadi wadah bagi masyarakat Bali dalam menjalankan pekerjaan sektor informal serta untuk mendukung perilaku dan budaya yang mempengaruhi masyarakat Bali sebagai konsumen.

2.3.5. Pembuatan

Melakukan pembuatan sistem berdasarkan analisa sistem yang sudah dilakukan sebelumnya. PrestaShop adalah sebuah produk CMS *open source* yang dipilih untuk pembangunan sistem. Sistem ini ditempatkan dalam sebuah *web server* dan diberikan sebuah nama domain www.tumbasadol.com agar dapat diakses dari mana saja melalui internet.

2.3.6. Pengujian Sistem

Pengujian program dilakukan untuk mengetahui apakah program yang dibuat sesuai dengan yang diharapkan. Pengujian sistem dilakukan dengan menggunakan teknik *Black Box*. Pengujian *Black Box* merupakan pengujian yang dilakukan tanpa pengetahuan detail struktur internal dari sistem atau komponen yang diuji.

2.4. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan untuk pengumpulan data memiliki beberapa rencana variabel yang diamati yaitu:

Tabel 1. Instrumen Penelitian

No	Variabel	Keterangan
1	Pengetahuan mengenai <i>e-commerce</i>	Masyarakat Bali mengetahui adanya situs-situs <i>e-commerce</i> (dengan menjawab jenis situs <i>e-commerce</i> yang paling sering dikunjungi)
2	Pemahaman mengenai <i>e-commerce</i>	Masyarakat Bali memahami cara menggunakan situs <i>e-commerce</i> (dengan menjawab apakah pernah bertransaksi di situs <i>e-commerce</i>)
3	Penggunaan <i>e-commerce</i>	Masyarakat Bali menerapkan <i>e-commerce</i> (dengan memiliki situs <i>e-commerce</i> , ataupun keinginan untuk memilikinya)
4	Perbandingan antara <i>e-commerce</i> dan konvensional	Masyarakat Bali memilih sistem mana yang paling tepat untuk mereka, apakah <i>e-commerce</i> atau cara konvensional (dengan menjawab tingkat kepuasan, kemudahan dan kesenangan)

3. Hasil dan Analisa

3.1. Pembangunan Sistem E-Commerce

Pembangun sistem dengan perangkat lunak *open source* PrestaShop. Semua hal yang diperlukan untuk menciptakan toko *online* hampir semua tersedia pada PrestaShop [3]. Adapun alasan dipilihnya perangkat lunak ini adalah disamping karena kebutuhan pengguna untuk melakukan pembelian, adanya fasilitas *Multi Store* pada perangkat lunak ini yang memungkinkan sistem ini dapat dipakai oleh lebih dari satu penjual. Sistem ini di-*hosting* pada sebuah *webserver* dengan nama *domain* www.tumbasadol.com sehingga dapat diakses dari manapun melalui *internet*. *Domain* bisa diibaratkan nama toko atau alamat, sedangkan *hosting* bisa diibaratkan ruang tempat penjual menempatkan produk yang akan dijual [4]. Dengan adanya sistem ini, masyarakat Bali diberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan *e-commerce*, seperti: memajang produk/jasa mereka, melakukan transaksi jual beli, dan kegiatan yang bersifat komersil lainnya.

Setelah sistem dibangun, didaftarkanlah beberapa masyarakat Bali yang bersedia menggunakan sistem ini sebagai sarana untuk memasarkan produk/jasanya secara *online* atau hanya sekedar memajang/memamerkan produk/jasanya. Setiap orang yang terdaftar sebagai penjual diberikan sebuah alamat URL masing-masing dengan struktur: <http://tumbasadol.com/nama-tokonya>. Berikut ini adalah tabel penjual yang sudah didaftarkan pada sistem:

Tabel 2. Tabel penjual yang terdaftar pada domain tumbasadol.com

No.	Nama Penjual/Toko	Tempat Tinggal	Alamat URL
1.	Kayumas	Denpasar	http://tumbasadol.com/wrkayumas
2.	Sue Shop	Kuta	http://tumbasadol.com/sueshop
3.	Deva Shop	Tuban	http://tumbasadol.com/devashop
4.	Ditya'ra Boutique	Denpasar	http://tumbasadol.com/DITYARA-BOUTIQUE/

3.2. Uji Coba Sistem

Sistem ini dapat diakses pada halaman web <http://tumbasadol.com>. Berikut ini adalah tampilan beberapa halaman penting yang terdapat di sistem.



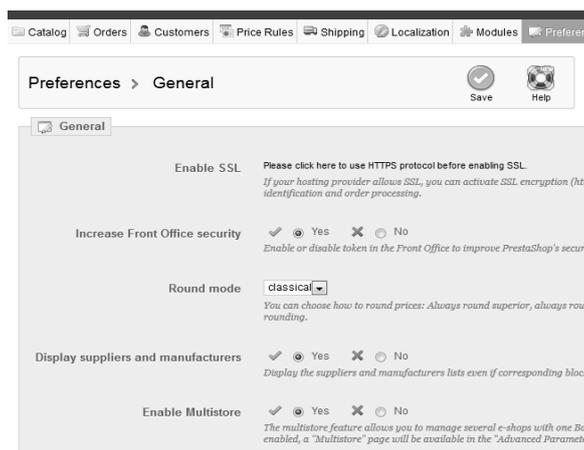
Gambar 2. Halaman Login

3.2.1. Tampilan Halaman Login ke Back Office

Halaman *back office* ini dapat diakses melalui url <http://tumbasadol.com/admin846035>. Sebelum masuk ke halaman *back office*, pengguna harus melakukan proses *login* terlebih dahulu dengan memasukkan alamat *email* dan *password*-nya. Sistem ini juga memiliki fasilitas untuk *recovery password* ketika pengguna lupa. Tampilan halaman Login ke *Back Office* ditunjukkan oleh gambar 2.

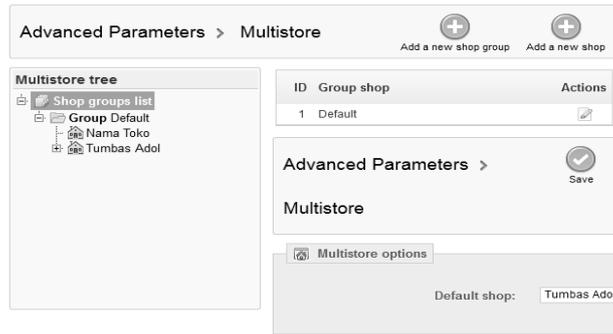
3.2.2. Tampilan Halaman Konfigurasi Multi Store

Untuk dapat menggunakan fasilitas *Multistore*, nilai pengaturan “Enable Multistore” di halaman “Preferences General” perlu diubah menjadi “yes”. Dengan mengaktifkan fasilitas *Multistore* maka beberapa penjual dapat menggunakan sistem ini. Tampilan halaman Konfigurasi Multi Store ditunjukkan oleh gambar 3.

Gambar 3. Konfigurasi *Multi Store*

3.2.3. Halaman Advanced Parameter Multi Store

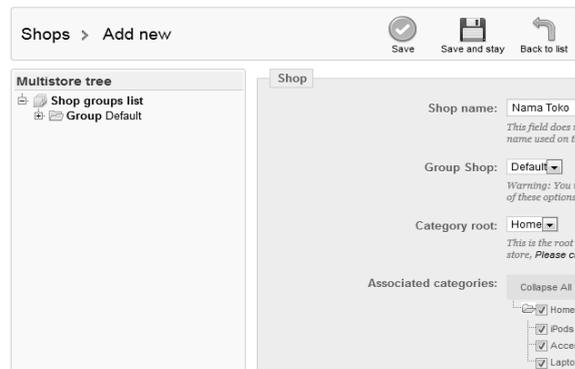
Untuk menambahkan penjual ke dalam sistem dapat dilakukan melalui halaman *Advanced Parameters Multistore*. Tampilan halaman *Advanced Parameter Multi Store* ditunjukkan oleh gambar 4.



Gambar 4. *Advanced Parameter Multi Store*

3.2.4. Halaman Add New Shop

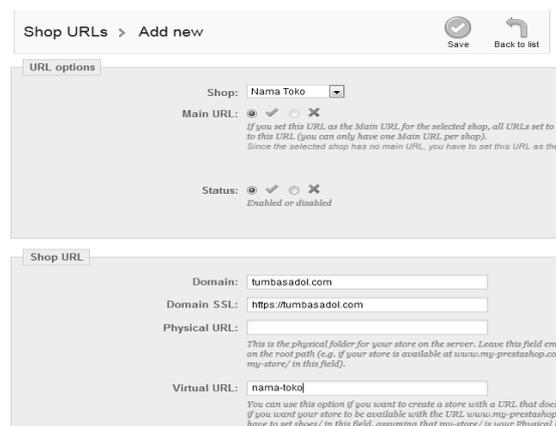
Beberapa parameter untuk penjual dapat diatur di halaman *Add new Shops*. Setiap penjual memiliki halaman *front-end*-nya sendiri-sendiri serta dapat mengelola elemen-elemen *store*-nya sendiri seperti produk-produk yang dipajang, pekerja, pelanggan, dsb melalui halaman *back-end*. Tampilan halaman *Add New Shop* ditunjukkan oleh gambar 5.



Gambar 5. *Add New Shop*

3.2.5. Halaman Add new Shop URLs

Agar pengguna dapat mengakses halaman *front-end* penjual, maka setiap *store* harus memiliki *Virtual URL*. Tampilan halaman *Add new Shop URLs* ditunjukkan oleh gambar 6.



Gambar 6. *Add Shop URL*

3.3. Uji Coba Sistem

Berikut ini disajikan tabel hasil pengujian *black box* berdasarkan kasus pengujian pada perangkat lunak PrestaShop.

Tabel 3. Hasil pengujian sistem

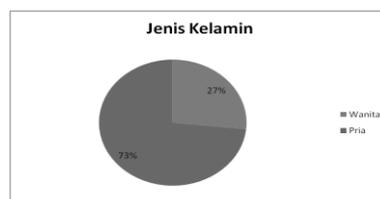
Kelas Uji	Masukan	Keluaran yang Diharapkan	Hasil Pengujian
Pengujian fungsi <i>Login</i> Back Office	Username Password	Masuk ke halaman utama Back Office PrestaShop	Ok
Pengujian fungsi Multi Store	Mengubah settingan Multi Store	Settingan Multi Store berubah	Ok
Pengujian fungsi <i>Sign Up</i>	Title First name Last name Email Password Date of Birth	Data yang dimasukkan tersimpan dalam basis data	Ok

3.4. Pengolahan Data Kuesioner

3.4.1 Identitas Responden Penelitian

a. jenis kelamin

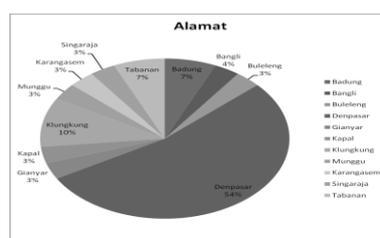
Responden penelitian berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan oleh Gambar 7. Berdasarkan gambar tersebut, sebagian besar responden adalah laki-laki yaitu sebanyak 73% dari seluruh total responden penelitian.



Gambar 7. Jenis Kelamin

b. alamat

Rekapitulasi responden berdasarkan alamat ditunjukkan oleh Gambar 8. Berdasarkan gambar tersebut, sebagian besar responden berasal dari Denpasar, yaitu sebanyak 54% dari seluruh total responden penelitian.



Gambar 8. Alamat

c. situs yang sering dikunjungi

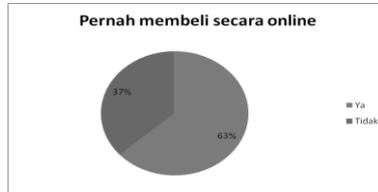
Rekapitulasi responden berdasarkan jenis situs yang sering dikunjungi ditunjukkan oleh Gambar 9. Berdasarkan gambar tersebut, sebagian besar responden lebih suka mengunjungi situs penjual pakaian, yaitu sebanyak 50% dari seluruh total responden penelitian.



Gambar 9. Situs yang sering dikunjungi

d. membeli secara online

Rekapitulasi responden berdasarkan pernah atau tidaknya membeli barang/jasa secara *online* ditunjukkan oleh Gambar 10. Berdasarkan gambar tersebut, sebagian besar responden sudah pernah membeli barang/jasa secara *online*, yaitu sebanyak 63% dari seluruh total responden penelitian.



Gambar 10. Membeli Secara Online

e. tingkat kemudahan

Rekapitulasi responden berdasarkan tingkat kemudahan antara membeli barang/jasa secara *online* dan tidak *online* ditunjukkan oleh Gambar 11. Berdasarkan gambar tersebut, sebagian besar responden menyatakan lebih mudah membeli barang/jasa secara tidak *online*, yaitu sebanyak 80% dari seluruh total responden penelitian.



Gambar 11. Tingkat Kemudahan

f. tingkat kesenangan

Rekapitulasi responden berdasarkan tingkat kesenangan antara membeli barang/jasa secara *online* dan tidak *online* ditunjukkan oleh Gambar 12. Berdasarkan gambar tersebut, sebagian besar responden menyatakan lebih menyenangkan membeli barang/jasa secara tidak *online*, yaitu sebanyak 59% dari seluruh total responden penelitian.



Gambar 12. Tingkat Kesenangan

g. tingkat kepuasan

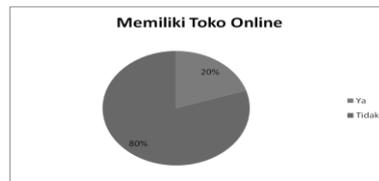
Rekapitulasi responden berdasarkan tingkat kepuasan antara membeli barang/jasa secara *online* dan tidak *online* ditunjukkan oleh Gambar 13. Berdasarkan gambar tersebut, sebagian besar responden menyatakan lebih puas membeli barang/jasa secara tidak *online*, yaitu sebanyak 90% dari seluruh total responden penelitian.



Gambar 13. Tingkat Kepuasan

h. memiliki toko online

Rekapitulasi responden berdasarkan kepemilikan toko *online* ditunjukkan oleh Gambar 14. Berdasarkan gambar tersebut, sebagian besar responden menyatakan tidak memiliki toko *online*, yaitu sebanyak 80% dari seluruh total responden penelitian.



Gambar 14. Memiliki Toko Online

i. ketertarikan menggunakan sistem sebagai pemilik toko online

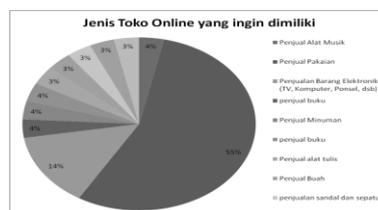
Rekapitulasi responden berdasarkan tingkat ketertarikan menggunakan sistem sebagai pemilik toko *online* ditunjukkan oleh Gambar 15. Berdasarkan gambar tersebut, sebagian besar responden menyatakan tertarik menggunakan sistem sebagai pemilik toko *online*, yaitu sebanyak 66% dari seluruh total responden penelitian.



Gambar 15. Tertarik untuk memiliki toko online

i. jenis toko online yang ingin dimiliki

Rekapitulasi responden berdasarkan jenis toko *online* yang ingin dimiliki ditunjukkan oleh Gambar 16. Berdasarkan gambar tersebut, sebagian besar responden menyatakan tertarik dengan jenis penjual pakaian, yaitu sebanyak 55% dari seluruh total responden penelitian.



Gambar 16. Jenis Toko Online yang Ingin Dimiliki

4. Simpulan

Berikut adalah kesimpulan yang didapat dari penelitian ini:

1. Dari segi pengetahuan mengenai *e-commerce*, sebagian besar responden menyatakan mengetahui adanya situs-situs *e-commerce*, dimana situs *e-commerce* yang paling sering dikunjungi adalah situs penjual pakaian.
2. Dari segi pemahaman mengenai *e-commerce*, sebagian besar responden menyatakan memahami tentang *e-commerce*
3. Dari segi penggunaan *e-commerce*, sebagian besar responden belum menerapkan *e-commerce*
4. Dari segi perbandingan antara *e-commerce* dan konvensional, sebagian besar responden lebih memilih sistem *e-commerce* dibandingkan cara konvensional.
5. Sebagian besar, yaitu 66% responden penelitian tertarik untuk memiliki toko *online* sendiri dengan menggunakan sistem *e-commerce* yang dibangun dengan PrestaShop ini.
6. *E-commerce* dapat mewadahi masyarakat Bali dalam menjalankan pekerjaan di sektor informal, karena tidak perlu menetap di suatu tempat, dan pekerjaan ini dapat dilakukan dari mana saja selama ada *internet*.
7. Dalam membangun *e-commerce*, salah satu perangkat lunak *open source* yang dapat digunakan adalah PrestaShop.
8. PrestaShop memiliki fasilitas lebih berupa *Multistore* yang memungkinkan banyak penjual secara bersama-sama menggunakan sistem, mengelola toko *online* mereka sendiri-sendiri.
9. Bagi masyarakat Bali, *e-commerce* belum dapat menggantikan sistem konvensional dalam memenuhi kebutuhan psikologis berbelanja, seperti tingkat kepuasan, kemudahan, dan kesenangan.

References

- [1] surya, D. (2012). Bali: Daerah Bali Dan Sekitarnya. wsite. 2012
- [2] Wong, J. (2010). Internet Marketing For Beginners. Jakarta: Elex Media Komputindo. 2010
- [3] MataMayaStudio. (2010). Ide Usaha: Bermodal Komputer & Internet. Jakarta: FT Elex Media Komputindo. 2010
- [4] Hidayat, T. (2008). Panduan Membuat Toko Online dengan OSCommerce. Jakarta: Mediakita. 2008
- [5] Supriatna. (2006). IPS Terpadu (Sosiologi, Geografi, Ekonomi, Sejarah). PT Grafindo Pratama. 2006