

**LAPORAN**  
**PRAKTIKUM INTERNET DAN BISNIS ICT**



**OLEH:**  
**KELOMPOK 15**

<b>ANNISA A JULIANTI</b>	<b>(F1G120016)</b>
<b>FIDU</b>	<b>(F1G120018)</b>
<b>FAZLUL RACHMAT MUBBARAQ</b>	<b>(F1G120035)</b>

**ASISTEN PENGAMPUH:**  
**WAHID SAFRI JAYANTO**

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMPUTER**  
**FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM**  
**UNIVERSITAS HALU OLEO**  
**KENDARI**  
**2021**

**HALAMAN PENGESAHAN  
LAPORAN PRAKTIKUM**

OLEH:

KELOMPOK 15

ANNISA A JULIANTI (F1G120016)

FIDU (F1G120018)

FAZLUL RACHMAT MUBBARAQ (F1G120035)

Laporan praktikum Internet dan Bisnis ICT ini disusun untuk memenuhi tugas akhir menyelesaikan kegiatan praktikum Internet dan Bisnis ICT, dan disusun sebagai salah satu syarat lulus mata kuliah Internet dan Bisnis ICT.

Kendari, Juli 2021

Menyetujui:

Asisten praktikum

  
(Wahid Safri Jayanto)

Praktikan

  
(Kelompok 15)

## **KATA PENGANTAR**

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Panyayang, Kami panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada kami, sehingga kami bisa selesaikan laporan praktikum mengenai Desain *Web E-Commerce*. Laporan praktikum ini sudah selesai kami susun dengan maksimal dengan bantuan pertolongan dari berbagai pihak sehingga bisa memperlancar pembuatan Laporan ini. Untuk itu kami menambahkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang sudah ikut berkontribusi didalam pembuatan laporan ini.

Terlepas dari semua itu, Kami menyadari sepenuhnya bahwa masih jauh dari kata sempurna baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasanya. Oleh karena itu, kami terbuka untuk menerima segala masukan dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca sehingga kami bisa melakukan laporan praktikum sehingga menjadi laporan yang baik dan benar. Akhir kata kami meminta semoga laporan praktikum tentang Desain *Web E-Commerce* ini bisa memberi mafaat ataupun inspirasi pada pembaca.

Kendari, Juni 2021

penyusun

## DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 LATAR BELAKANG .....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH .....	2
1.3 TUJUAN MASALAH.....	3
1.4 MANFAAT .....	3
BAB 2 PEMBAHASAN .....	4
2.1 ALAT DAN BAHAN.....	4
2.2 MATERI PRAKTIKUM .....	4
2.3 <i>PROJECT</i> .....	23
BAB 3 PENUTUP .....	35
3.1 KESIMPULAN .....	35
3.2 SARAN.....	37
DAFTAR PUSTAKA .....	38

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Alat dan Bahan .....	4
---------------------------------------	---

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Tampilan <i>Welcome</i> .....	23
<b>Gambar 2.2</b> Tampilan <i>Sign In</i> .....	24
<b>Gambar 2.3</b> Tampilan <i>Sign Up</i> .....	25
<b>Gambar 2.4</b> Tampilan <i>Discover</i> .....	26
<b>Gambar 2.5</b> Tampilan <i>Search</i> .....	27
<b>Gambar 2.6</b> Tampilan <i>Searching</i> .....	28
<b>Gambar 2.7</b> Tampilan <i>Recipe Detail</i> .....	29
<b>Gambar 2.8</b> Tampilan <i>Order</i> .....	30
<b>Gambar 2.9</b> Tampilan <i>Confirm</i> .....	31
<b>Gambar 2.10</b> Tampilan <i>Tracking Map</i> .....	32
<b>Gambar 2.11</b> Tampilan <i>Rate For Shipper</i> .....	33
<b>Gambar 2.12</b> Tampilan <i>Rate Orders</i> .....	34

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi dan juga internet di era globalisasi ini sangat tinggi dan semakin luas. Dengan adanya teknologi yang terhubung secara online tanpa ada batas waktu dan tempat, sehingga keduanya diterapkan dalam bisnis di berbagai bidang. Salah satunya adalah untuk pemasaran, dengan menggunakan teknologi yang ada, aktivitas pemasaran pada perusahaan menjadi lebih mudah dan lebih luas jangkauannya. Tidak hanya untuk perusahaan saja yang mendapatkan manfaat tetapi para konsumen juga lebih mudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai jasa dan produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan lebih mudah untuk memesan dan membelinya.

Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau sering dikenal dengan istilah *e-commerce* bagi perusahaan kecil dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi, memungkinkan pengiriman ke pelanggan secara lebih cepat. *E-Commerce* merupakan proses pembelian dan penjualan jasa dan barang secara elektronik dengan transaksi bisnis terkomputerisasi menggunakan internet, jaringan, dan teknologi digital lainnya. (C. Laudon dan P. Laudon, 2005).

Menurut WY. Stanton Pemasaran adalah sesuatu yang mencakup seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan

barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli secara aktual. Selain itu pemasaran merupakan fungsi bisnis yang membedakan kebutuhan dan keinginan pelanggan, menentukan pasar sasaran mana yang dapat dilayani sebaik-baiknya oleh perusahaan, serta merancang produk, jasa dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut.

*Electronic Marketing* adalah segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media internet atau jaringan *www*. Kata *e* dalam *e-commerce* ini berarti elektronik (*electronic*) yang artinya kegiatan pemasaran yang dimaksud dilaksanakan secara elektronik lewat internet atau jaringan *cyber*. Dengan munculnya teknologi internet dalam beberapa tahun ini, banyak istilah baru yang menggunakan awalan *e-xxx*, seperti halnya: *e-surat*, *e-business*, *e-gov*, *e-society*, dll.

Sistem informasi pemasaran adalah sistem yang berbasis komputer untuk mengolah data penjualan serta data lainnya yang berkaitan dengan pemasaran, baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Sistem informasi pemasaran berfungsi untuk mendukung manajemen perusahaan dalam memecahkan masalah dan pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pemasaran produk-produk perusahaan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apa saja alat dan bahan pada praktikum?
2. Apa pengertian dari internet?
3. Apa pengertian dari *web site* atau situs?



4. Apa pengertian dari *e-commerce*?
5. Apa langkah-langkah dalam membuat desain *web e-commerce*?

## **1.2 Tujuan masalah**

1. Mengetahui alat dan bahan pada praktikum
2. Mengetahui pengertian dari internet
3. Mengetahui pengertian dari *web site* atau situs
4. Mengetahui pengertian dari *e-commerce*
5. Mengetahui langkah-langkah dalam membuat desain *web e-commerce*

## **1.3 Manfaat**

Manfaat dari praktikum ini adalah mahasiswa mampu dalam mendesain *web e-commerce*.

## BAB 2

### PEMBAHASAN

#### 2.1 Alat dan Bahan

Alat dan bahan yang digunakan sebagai berikut:

No	Nama Alat/Bahan	Kegunaan
1.	Laptop	Media penyimpanan data dan pembuatan desain.
2.	Figma	Aplikasi desain berbasis <i>cloud</i> dan alat <i>prototyping</i> untuk proyek digital. Figma dibuat untuk dapat membantu para penggunanya agar bisa berkolaborasi dalam proyek dan bekerja dalam bentuk tim sekaligus di mana saja.

**Tabel 2.1** Alat dan Bahan

#### 2.2 Materi Praktikum

##### 2.2.1 Internet

###### a. Pengertian Internet

Internet dapat diartikan sebagai jaringan komputer luas dan besar yang mendunia, yaitu menghubungkan pemakai komputer dari suatu negara ke negara lain di seluruh dunia, dimana di dalamnya terdapat berbagai sumber daya informasi dari mulai yang statis hingga yang dinamis dan interaktif.

## **b. Sejarah Internet**

Sejarah internet dimulai pada 1969 ketika Departemen Pertahanan Amerika, U.S. *Defense Advanced Research Projects Agency (DARPA)* memutuskan untuk mengadakan *riset* tentang bagaimana caranya menghubungkan sejumlah komputer sehingga membentuk jaringan organik. Program *riset* ini dikenal dengan nama *ARPANET*. Pada 1970, sudah lebih dari 10 komputer yang berhasil dihubungkan satu sama lain sehingga mereka bisa saling berkomunikasi dan membentuk sebuah jaringan. Tahun 1972, Roy Tomlinson berhasil menyempurnakan program *e-mail* yang ia ciptakan setahun yang lalu untuk *ARPANET*. Program *e-mail* ini begitu mudah sehingga langsung menjadi populer. Pada tahun yang sama, *icon @* juga diperkenalkan sebagai lambang penting yang menunjukkan "*at*" atau "pada". Tahun 1973, jaringan komputer *ARPANET* mulai dikembangkan ke luar Amerika Serikat. Komputer University College di London merupakan komputer pertama yang ada di luar Amerika yang menjadi anggota jaringan *ARPANET*. Pada tahun yang sama, dua orang ahli komputer yakni Vinton Cerf dan Bob Kahn mempresentasikan sebuah gagasan yang lebih besar, yang menjadi cikal bakal pemikiran internet. Ide ini dipresentasikan untuk pertama kalinya di Universitas Sussex. Hari bersejarah berikutnya adalah tanggal 26 Maret 1976, ketika Ratu Inggris

berhasil mengirimkan *e-mail* dari Royal Signals and Radar Establishment di Malvern. Setahun kemudian, sudah lebih dari 100 komputer yang bergabung di *ARPANET* membentuk sebuah jaringan atau *network*. Pada 1979, Tom Truscott, Jim Ellis dan Steve Bellovin, menciptakan *newsgroups* pertama yang diberi nama *USENET*. Tahun 1981 France Telecom menciptakan gebrakan dengan meluncurkan telpon televisi pertama, dimana orang bisa saling menelpon sambil berhubungan dengan video *link*. Karena komputer yang membentuk jaringan semakin hari semakin banyak, maka dibutuhkan sebuah *protokol* resmi yang diakui oleh semua jaringan. Pada tahun 1982 dibentuk *Transmission Control Protocol* atau *TCP* dan *Internet Protokol* atau *IP* yang kita kenal semua. Sementara itu di Eropa muncul jaringan komputer tandingan yang dikenal dengan *Eunet*, yang menyediakan jasa jaringan komputer di negara-negara Belanda, Inggris, Denmark dan Swedia. Jaringan *Eunet* menyediakan jasa *e-mail* dan *newsgroup USENET*. Untuk menyeragamkan alamat di jaringan komputer yang ada, maka pada tahun 1984 diperkenalkan sistem nama *domain*, yang kini kita kenal dengan *DNS* atau *Domain Name System*. Komputer yang tersambung dengan jaringan yang ada sudah melebihi 1000 komputer lebih. Pada 1987 jumlah komputer yang tersambung ke jaringan melonjak 10 kali lipat menjadi 10.000 lebih. Tahun 1988, Jarko

Oikarinen dari Finland menemukan dan sekaligus memperkenalkan *IRC* atau *Internet Relay Chat*. Setahun kemudian, jumlah komputer yang saling berhubungan kembali melonjak 10 kali lipat dalam setahun. Tak kurang dari 100.000 komputer kini membentuk sebuah jaringan. Tahun 1990 adalah tahun yang paling bersejarah, ketika Tim Berners Lee menemukan program editor dan *browser* yang bisa menjelajah antara satu komputer dengan komputer yang lainnya, yang membentuk jaringan itu. Program inilah yang disebut *www*, atau *World Wide Web*.

Tahun 1992, komputer yang saling tersambung membentuk jaringan sudah melampaui sejuta komputer, dan di tahun yang sama muncul istilah *surfing the internet*. Tahun 1994, situs internet telah tumbuh menjadi 3000 alamat halaman, dan untuk pertama kalinya *virtual-shopping* atau *eretail* muncul di internet. Dunia langsung berubah. Di tahun yang sama *Yahoo!* didirikan, yang juga sekaligus kelahiran *Netscape Navigator 1.0*.

### **c. Manfaat Internet**

Secara umum ada banyak manfaat yang dapat diperoleh apabila seseorang mempunyai akses ke internet. Berikut ini sebagian dari apa yang tersedia di internet:

1. Informasi untuk kehidupan pribadi : kesehatan, rekreasi, *hobby*, pengembangan pribadi, rohani, sosial.

2. Informasi untuk kehidupan profesional/pekerja: sains, teknologi, perdagangan, saham, komoditas, berita bisnis, asosiasi profesi, asosiasi bisnis, berbagai forum komunikasi.

Satu hal yang paling menarik ialah keanggotaan internet tidak mengenal batas negara, ras, kelas ekonomi, ideologi atau faktor faktor lain yang biasanya dapat menghambat pertukaran pikiran. Internet adalah suatu komunitas dunia yang sifatnya sangat demokratis serta memiliki kode etik yang dihormati segenap anggotanya. Manfaat internet terutama diperoleh melalui kerjasama antar pribadi atau kelompok tanpa mengenal batas jarak dan waktu. Untuk lebih meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Indonesia, sudah waktunya para profesional Indonesia memanfaatkan jaringan internet dan menjadi bagian dari masyarakat informasi dunia.

### **2.2.2 Web Site atau Situs**

#### **a. Pengertian Web Site atau Situs**

Situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi, gambar gerak, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan *link-link*.

## **b. Unsur-Unsur *Web Site* Atau Situs**

Untuk membangun situs diperlukan beberapa unsur yang harus ada agar situs dapat berjalan dengan baik dan sesuai yang diharapkan. Unsur-unsur yang harus ada dalam situs antara lain:

### **1. *Domain Name*.**

*Domain name* atau biasa disebut nama *domain* adalah alamat permanen situs di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah situs atau dengan kata lain *domain name* adalah alamat yang digunakan untuk menemukan situs kita pada dunia internet. Istilah yang umum digunakan adalah *URL*. Contoh sebuah *URL* adalah *http://www.yahoo.com* dapat juga tanpa *www*.

Ada banyak macam nama *domain* yang dapat kita pilih sesuai dengan keinginan. Berikut beberapa nama *domain* yang sering digunakan dan tersedia di internet:

a) *Generic Domains* merupakan *domain name* yang berakhiran dengan *.com .net .org .edu .mil* atau *.gov*.

Jenis *domain* ini sering juga disebut *top level domain* dan *domain* ini tidak berafiliasi berdasarkan negara, sehingga siapapun dapat mendaftar.

1) *.com* : merupakan *top level domain* yang ditujukan untuk kebutuhan "*commercial*".

- 2) *.edu* : merupakan *domain* yang ditujukan untuk kebutuhan dunia pendidikan (*education*).
  - 3) *.gov* : merupakan *domain* untuk pemerintahan (*government*).
  - 4) *.mil* : merupakan *domain* untuk kebutuhan angkatan bersenjata (*military*).
  - 5) *.org* : *domain* untuk organisasi atau lembaga *non profit* (*Organization*).
- b) *Country-Specific Domains* Yaitu *domain* yang berkaitan dengan dua huruf ekstensi, dan sering juga disebut *second level domain*, seperti *.id* (Indonesia), *.au* (Australia), *.jp* (Jepang) dan lain lain. *Domain* ini dioperasikan dan di daftarkan dimasing negara. Di Indonesia, *domain-domain* ini berakhiran, *.co.id*, *.ac.id*, *.go.id*, *.mil.id*, *.or.id*, dan pada akhir-akhir ini ditambah dengan *war.net.id*, *.mil.id*, dan *web.id*. Penggunaan dari masing-masing akhiran tersebut berbeda tergantung pengguna dan penggunaannya, antara lain:
- 1) *.co.id* : Untuk Badan Usaha yang mempunyai badan hukum sah.
  - 2) *.ac.id* : Untuk Lembaga Pendidikan.
  - 3) *.go.id* : Khusus untuk Lembaga Pemerintahan Republik Indonesia.



- 4) *.mil.id* : Khusus untuk Lembaga Militer Republik Indonesia.
- 5) *.or.id* : Untuk segala macam organisasi yang tidak termasuk dalam kategori "*ac.id*", "*co.id*", "*go.id*", "*mil.id*" dan lain.
- 6) *.war.net.id* : untuk industri warung internet di Indonesia.
- 7) *.sch.id* : khusus untuk Lembaga Pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan seperti SD, SMP dan atau SMU.
- 8) *.web.id* : Ditujukan bagi badan usaha, organisasi ataupun perseorangan yang melakukan kegiatannya di *World Wide Web*.

Nama *domain* dari tiap-tiap situs di seluruh dunia tidak ada yang sama sehingga tidak ada satupun situs yang akan dijumpai bertukar nama atau bertukar halaman situsnya. Untuk memperoleh nama dilakukan penyewaan *domain*, biasanya dalam jangka tertentu (tahunan).

## 2. *Hosting*

*Hosting* dapat diartikan sebagai ruangan yang terdapat dalam harddisk tempat menyimpan berbagai data, file-file, gambar dan lain sebagainya yang akan ditampilkan di situs. Besarnya data yang bisa dimasukkan tergantung dari

besarnya *hosting* yang disewa/dipunyai, semakin besar *hosting* semakin besar pula data yang dapat dimasukkan dan ditampilkan dalam situs. *Hosting* juga diperoleh dengan menyewa. Besarnya *hosting* ditentukan ruangan harddisk dengan ukuran *MB (Mega Byte)* atau *GB (Giga Byte)*. Lama penyewaan *hosting* rata-rata dihitung per tahun. Penyewaan *hosting* dilakukan dari perusahaan-perusahaan penyewa *web hosting* yang banyak dijumpai baik di Indonesia maupun luar negeri.

### 3. *Scripts/Bahasa Program*

Adalah bahasa yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah dalam situs yang pada saat diakses. Jenis *scripts* sangat menentukan *statis*, dinamis atau interaktifnya sebuah situs. Semakin banyak ragam *scripts* yang digunakan maka akan terlihat situs semakin dinamis, dan interaktif serta terlihat bagus. Bagusnya situs dapat terlihat dengan tanggapan pengunjung serta *frekwensi* kunjungan.

Beragam *scripts* saat ini telah hadir untuk mendukung kualitas situs. Jenis jenis *scripts* yang banyak dipakai para *designer* antara lain *HTML, ASP, PHP, JSP, Java Scripts, Java applets* dsb. Bahasa dasar yang dipakai setiap situs adalah *HTML* sedangkan *ASP* dan lainnya merupakan bahasa

pendukung yang bertindak sebagai pengatur dinamis, dan interaktifnya situs.

*Scripts ASP, PHP, JSP* atau lainnya bisa dibuat sendiri, bisa juga dibeli dari para penjual *scripts* yang biasanya berada di luar negeri. Harga *scripts* rata-rata sangat mahal karena sulitnya membuat, biasanya mencapai puluhan juta. *Scripts* ini biasanya digunakan untuk membangun *portal* berita, artikel, forum diskusi, buku tamu, anggota organisasi, *email*, *mailing list* dan lain sebagainya yang memerlukan *update* setiap saat.

#### 4. *Design Web*

Setelah melakukan penyewaan *domain* dan *hosting* serta penguasaan *scripts*, unsur situs yang paling penting dan utama adalah *design*. *Design web* sangat menentukan kualitas dan keindahan situs. *Design* sangat berpengaruh kepada penilaian pengunjung akan bagus tidaknya sebuah *web site*.

Untuk membuat situs biasanya dapat dilakukan sendiri atau menyewa jasa *web designer*. Saat ini sangat banyak jasa *web designer*, terutama di kota-kota besar. Perlu diketahui bahwa kualitas situs sangat ditentukan oleh kualitas *designer*. Semakin banyak penguasaan *web designer* tentang beragam program/software pendukung pembuatan situs maka akan dihasilkan situs yang semakin berkualitas, demikian pula

sebaliknya. Jasa *web designer* ini yang umumnya memerlukan biaya yang tertinggi dari seluruh biaya pembangunan situs dan semuanya itu tergantung kualitas *designer*.

## 5. Publikasi

Keberadaan situs tidak ada gunanya dibangun tanpa dikunjungi atau dikenal oleh masyarakat atau pengunjung internet. Karena efektif tidaknya situs sangat tergantung dari besarnya pengunjung dan komentar yang masuk. Untuk mengenalkan situs kepada masyarakat memerlukan apa yang disebut publikasi atau promosi. Publikasi situs di masyarakat dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti dengan pamlet-pamlet, selebaran, baliho dan lain sebagainya tapi cara ini bisa dikatakan masih kurang efektif dan sangat terbatas. cara yang biasanya dilakukan dan paling efektif dengan tak terbatas ruang atau waktu adalah publikasi langsung di internet melalui *search engine-search engine* (mesin pencari, seperti : *Yahoo, Google, Search Indonesia*, dsb)

Cara publikasi di *search engine* ada yang gratis dan ada pula yang membayar. Yang gratis biasanya terbatas dan cukup lama untuk bisa masuk dan dikenali di *search engine* terkenal seperti *Yahoo* atau *Google*. Cara efektif publikasi adalah dengan membayar, walaupun harus sedikit

mengeluarkan akan tetapi situs cepat masuk ke *search engine* dan dikenal oleh pengunjung.

### **c. Pemeliharaan *Web Site* atau Situs**

Untuk mendukung kelanjutan dari situs diperlukan pemeliharaan setiap waktu sesuai yang diinginkan seperti penambahan informasi, berita, artikel, *link*, gambar atau lain sebagainya. Tanpa pemeliharaan yang baik situs akan terkesan membosankan atau monoton juga akan segera ditinggal pengunjung.

Pemeliharaan situs dapat dilakukan per periode tertentu seperti tiap hari, tiap minggu atau tiap bulan sekali secara rutin atau secara periodik saja tergantung kebutuhan (tidak rutin). Pemeliharaan rutin biasanya dipakai oleh situs-situs berita, penyedia artikel, organisasi atau lembaga pemerintah. Sedangkan pemeliharaan periodik biasanya untuk situs-situs pribadi, penjualan/*e-commerce*, dan lain sebagainya.

## **2.2.3 *E-Commerce***

### **a. Pengertian *E-Commerce***

Perdagangan elektronik atau e-dagang (bahasa inggris: *Electronic commerce*, juga *e-commerce*) adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, *www*, atau jaringan komputer lainnya.

## **b. Sejarah Perkembangan *E-Commerce***

Tahun 1962, Licklider melakukan penelitian mengenai konsep *networking*. Pada tahun 1962 dari MIT dan *riset*, Lawrence G. Robert juga melakukan penelitian mengenai internet yang dilahirkan dari *riset* pemerintah AS yang pada awalnya hanya untuk kalangan teknis dilembaga pemerintahan, ilmuwan dan penelitian akademis.

Pada tahun 1970, muncul *Electronic Fund Transfer (EFT)* yang aplikasinya saat itu terbatas hanya pada perusahaan-perusahaan terkenal. Selanjutnya *Electronic Data Interchange (EDI)* berkembang dari transaksi keuangan ke pemrosesan transaksi lain serta jumlah perusahaan yang berperan bertambah.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat ada era 90-an, memunculkan aplikasi *e-commerce* dari berbagai perusahaan sehingga terjadi komersialisasi internet dan pertumbuhan perusahaan *dot-coms*, atau internet *start-ups* yang semakin menjamur.

Awalnya, perdagangan elektronik merupakan aktivitas perdagangan yang hanya memanfaatkan transaksi komersial saja, misalnya mengirim dokumen komersial seperti pesanan pembelian secara elektronik. Kemudian berkembang menjadi suatu aktivitas yang mempunyai istilah yang lebih tepat yaitu “perdagangan *via web*” (pembelian barang dan jasa melalui *world*

*wide web*). Pada awalnya ketika *web* mulai terkenal di masyarakat pada tahun 1994, banyak jurnalis memperkirakan bahwa *e-commerce* akan menjadi sebuah sektor ekonomi baru sehingga pada era 1998-2000an, banyak bisnis di AS dan eropa mengembangkan situs *web* perdagangan ini.

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia sendiri telah ada sejak tahun 1996, dengan berdirinya *Dyviacom Intrabum* atau *D-net* sebagai perintis transaksi online. Wahana transaksi berupa mall online yang disebut *D-mall* ini telah menampung sekitar 33 toko online. Produk yang dijual bermacam-macam, mulai dari makanan, aksesoris, pakaian, produk perkantoran sampai *furniture*.

Selain itu, ada pula *e-commerce* Indonesia yang merupakan tempat penjualan online berbasis internet yang memiliki fasilitas lengkap seperti etalase toko (*storefront*) dan *shopping cart* (keranjang belanja).

Ada juga *Commerce Net* Indonesia sebagai *commerce service Provider* (CSP) pertama di Indonesia yang menawarkan kemudahan dalam melakukan jual beli di internet. Indonesia sendiri telah bekerja sama dengan lembaga-lembaga yang membutuhkan *e-commerce*, untuk melayani konsumen seperti PT Telkom dan Bank Indonesia. Selain itu, ada pula tujuh situs yang menjadi anggota *Commerce Net* Indonesia, seperti *Plasa.com*,

*Interactive mall 2009, officeland, kompas cyber media, mizan online telecommunication mall dan trikomsel.*

Terlepas dari itu semua, ada implikasi yang jelas terkait etika dalam *e-commerce*. Yang pertama adalah gelombang perkembangan *e-commerce* sangat besar dalam beberapa tahun terakhir. Kedua, etika dalam *e-commerce* harus sangat diperhatikan melihat tingginya minat masyarakat untuk menggunakan dan mengembangkan *e-commerce* tersebut. Perkembangannya yang cepat harus dibarengi dengan kemampuan perusahaan menjadikan *e-commerce* sebagai salah satu alternatif.

### **c. Contoh-contoh E-Commerce**

#### **1. Belanja Online**

Membeli dan menjual barang di internet adalah salah satu contoh paling populer dapat mencari dan membeli produk dengan klik *mouse*. Contoh populer untuk tempat belanja secara online adalah *amazon.com*.

#### **2. Internet Banking**

Sekarang ini sangat memungkinkan bagi kita untuk melakukan keseluruhan transaksi perbankan tanpa harus beranjak dari kursi rumah kita mengunjungi cabang bank terdekat. Keterhubungan antara *website* dengan rekening



bank, dan dengan kartu kredit merupakan pokok utama dalam *e-commerce*.

### 3. Tiket Online

Tiket pesawat terbang, tiket film, tiket kereta api, tiket pertunjukan musik, tiket pertandingan olahraga, tiket konser musik, dan hampir semua jenis tiket dapat dipesan secara online. Membeli tiket secara online menjadikan kita tidak harus capek mengantri di depan loket penjualan tiket. Hal inilah yang membuat *e-commerce* menjadi alternatif baru dalam dunia bisnis. Terlepas dari itu semua *e-commerce* menawarkan kemudahan tetapi tidak rentan dalam upaya kejahatan yang terjadi di dunia maya.

#### d. Manfaat *E-Commerce*

Manfaat dari digunakannya *e-commerce* ini adalah dapat menekan biaya barang dan jasa, serta dapat meningkatkan kepuasan konsumen sepanjang yang menyangkut kecepatan untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan dengan kualitas yang terbaik sesuai dengan harganya. *Order cycle* sebuah bisnis yang tadinya memakan waktu 30 hari, waktunya bisa dipercepat yakni bisa 5 hari saja.

Proses yang cepat tentunya akan meningkatkan pendapatan, berbelanja atau melakukan transaksi perdagangan di dunia maya. Dengan *e-commerce* memungkinkan kita bertransaksi dengan

cepat dan biaya yang murah tanpa melalui proses yang berbelit-belit, dimana pihak pembeli cukup mengakses internet ke *website* perusahaan yang megiklankan produknya di internet, yang kemudian pihak pembeli cukup mempelajari *term of condition* (ketentuan-ketentuan yang diisyaratkan) pihak penjual.

Dalam beberapa kasus yang terjadi di masyarakat, khususnya mereka yang memanfaatkan *e-commerce* sebagai jasa menawarkan produk di toko toko online. *E-commerce* sangat membantu untuk memasarkan produk yang dimiliki. Sehingga pasar yang dituju bisa menjadi lebih luas. Dalam artian, *E-commerce* adalah media bertemunya pedagang atau produsen dengan pembeli secara langsung. Jadi praktik calo yang selama ini terjadi dapat diminimalisir. Pembeli juga dimudahkan dalam berinteraksi karena system *e-commerce* dapat memangkas jaringan distribusi antara produsen dengan konsumen yang berarti harga barang dapat ditekan lebih murah

Bagi penduduk di dunia ketiga, *e-commerce* memungkinkan orang untuk mendapatkan barang yang tidak didistribusikan di negara tersebut karena alasan tertentu. Seperti, kurangnya jaringan distribusi di negara tersebut.

**e. Kelebihan dan Kekurangan *E-Commerce***

**1. Kelebihan *e-commerce* bagi perusahaan**

- a. Lebih efisien waktu, sebab dengan adanya *e-commerce* pemesanan barang dapat melalui telephone atau situs internet dan dapat diantar. Pelanggan tidak perlu repot datang langsung ketoko untuk membeli barang.
- b. Dapat memperluas pasar hingga pada taraf global/*international*.
- c. Meningkatkan brand perusahaana.
- d. Menyediakan pelayanan yang lebih baik ke pelangga.
- e. Mempercepat dan efisiensi proses bisni.

**Kelebihan bagi pelanggan**

- a. Memberi layanan 24 jam sehingga pelanggan dapat mengakses kapan dan dimanapun.
- b. Memberikan pilihan serta kecepatan dalam pengiriman barang.
- c. Pelanggan dapat memilih banyak barang yang di inginkan.
- d. Memberikan informasi lebih cepat.

**2. Kekurangan *E-Commerce***

Sementara kekurangan *e-commerce* dapat dilihat dari 2 sisi, yang pertama dari sisi *tekhnis* dan kemudian dari sisi *non-tekhnis*.

Dari sisi *teknis*, adalah masalah keamanan yang apabila lemah maka dapat mengganggu sistem yang ada, sehingga praktek kejahatan dunia maya dapat terjadi dengan mudah. Kemudian cepatnya perkembangan teknologi menyebabkan perangkat yang digunakan sangatlah perlu untuk di-*update* secara berkesinambungan.

Hal lain yang harus diperhatikan adalah integrasi sistem yang digunakan. Semakin luas jaringan *e-commerce* tersebut maka sistem yang berlaku akan semakin rumit. *E-commerce* sangat bergantung pada kuatnya sistem integrasi internet yang ada sehingga jaringan internet adalah sebuah hal mutlak.

Adapun dari segi *non teknis*, masalah yang dihadapi juga tidak kalah banyak. Mahalnya pembuatan atau pembangunan sistem *e-commerce* yang aman dan baik menjadi kendala perusahaan yang masih berkembang. Dalam hal ini ada beberapa alternatif yang bisa di gunakan seperti *website*, *blog*, atau jaringan ritel online seperti *tokopedia*, *olx*, atau *bukalapak*. Tetapi segala hal yang gratis pasti memiliki kekurangan yang banyak.

Kemudian masalah tingkat kepercayaan masyarakat banyak dipengaruhi oleh kredibilitas situs atau laman resmi perusahaan tersebut. Jika dibandingkan dengan toko biasa, *e-*

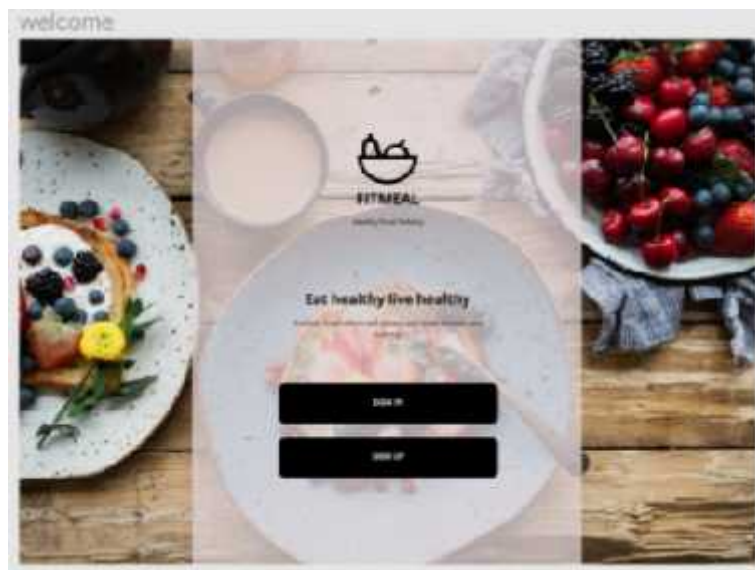
*commerce* menjadikan *review* pelanggan sebagai salah satu aspek pemasaran dan bahan evaluasi dari jasa yang di tawarkan tersebut.

Dalam beberapa kasus, *e-commerce* menyajikan masalah keamanan sebagai aspek pelayanan yang ditawarkan. Banyak dari *e-commerce* khususnya di indonesia hanya mengandalkan situs yang gratis sehingga masalah keamanan sangat mudah untuk di bobol oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

### **2.3 Project**

Dalam praktium kali ini kelompok kami mengangkat topik desain yaitu “*Healthy Food Delivery* “. Adapun bagian-bagian dan penjelasan desain kami adalah sebagai berikut:

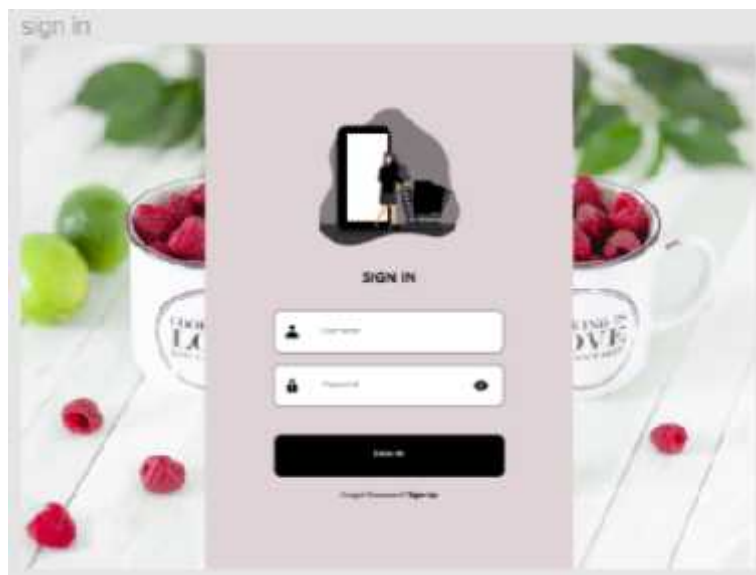
#### **2.3.1 Welcome**



**Gambar 2.1** Tampilan *Welcome*

Pada tampilan pertama *website* yaitu tampialan selamat datang. Pada tampilan ini terdapat logo usaha, motto usaha dan terdapat tombol sign in jika ingin masuk ke halaman utama *website* dangan syarat sudah memiliki akun, jika belum memiliki akun terdapat juga tombol *sign up* untuk melakukan pendaftaran terlebih dahulu sebelum masuk ke halaman utama.

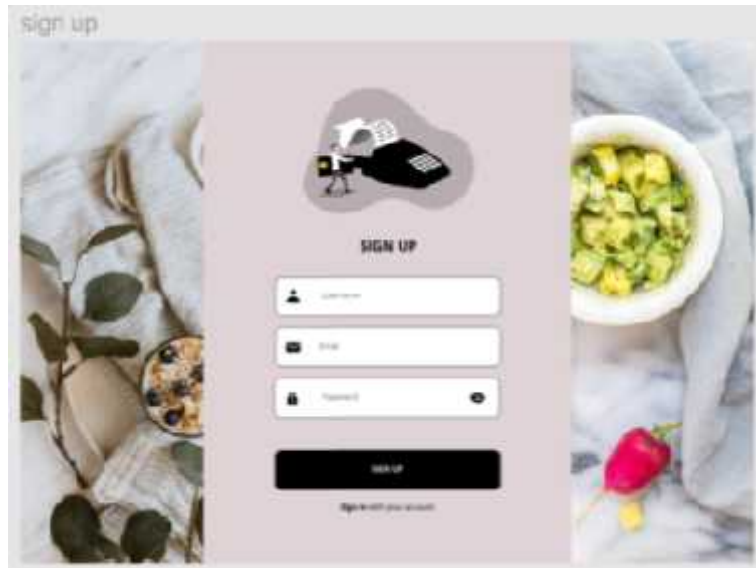
### 2.3.2 Sign In



**Gambar 2.2** Tampilan *Sign In*

Pada tampilan sign in terdapat kolom untuk memasukkan *username* dan *password*. Setelah memasukkan keduanya lalu klik tombol *sign in* dan akan diarahkan ke tampilan utama *website*.

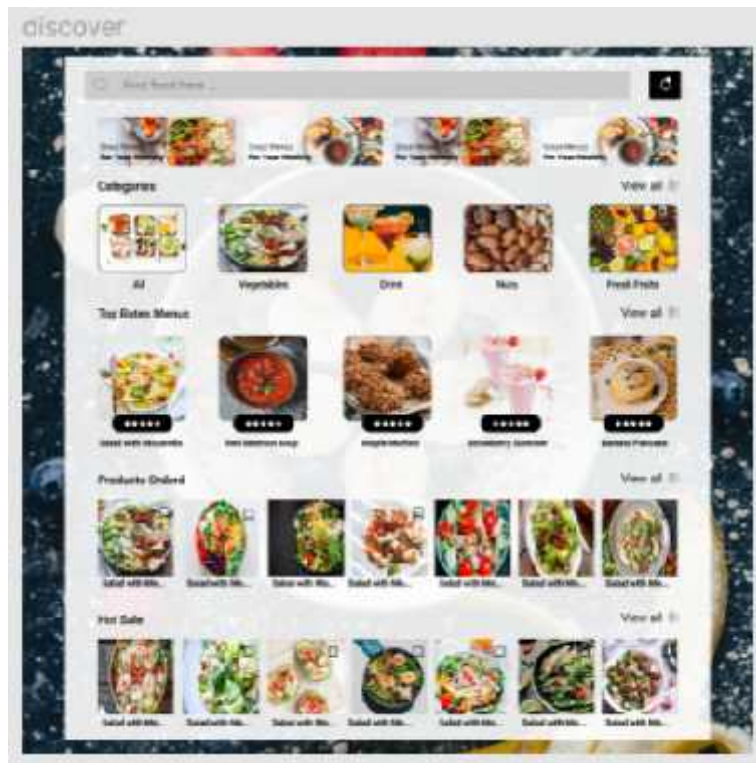
### 2.3.3 Sign Up



**Gambar 2.3** Tampilan *Sign Up*

Pada tampilan *sign up* terdapat kolom yang mesti diisi terlebih dahulu berupa kolom untuk *username*, *email*, dan *password*. Setelah mengisi ketiga kolom tersebut lalu tekan tombol *sign up* untuk masuk ke halaman utama *website*.

#### 2.2.4 Discover



**Gambar 2.4** Tampilan *Discover*

Pada halaman *discover* terdapat *button* pencarian dan *notifikasi*, adapun isi dari halaman *discover* yaitu terdapat kategori menu yang dapat dilihat berupa olahan sayur-sayuran, minuman, kacang-kacangan, dan buah-buahan. Selain terdapat kategori menu pada halaman *discover* juga terdapat pilihan menu dengan harga pemesanan tertinggi atau “*Top Rates Menus*”, menu pesanan produk atau “*Products Orderd*” dan menu promo. Semua menu produk sudah dilengkapi dengan gambar produknya.



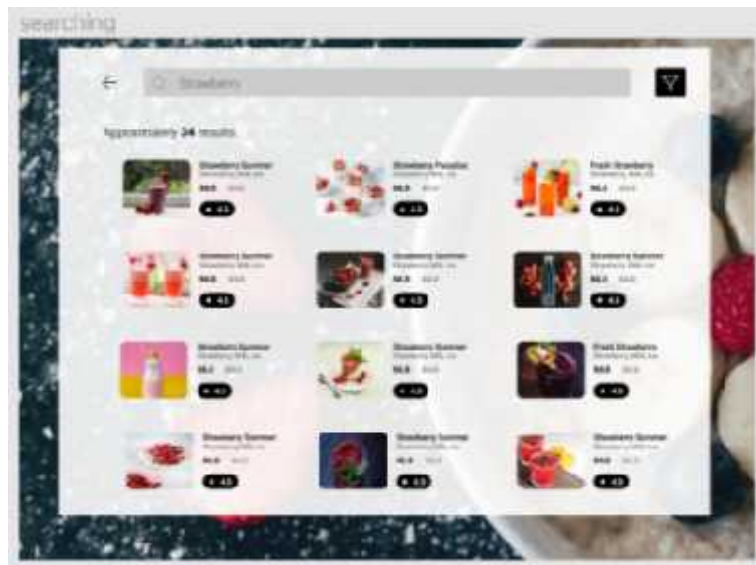
### 2.2.5 Search



**Gambar 2.5** Tampilan Search

Pada halaman *search* terdapat *button* pencarian dan *filter*, adapun isi dari halaman *search* yaitu terdapat *history* menu-menu yang pernah kita cari dan terdapat juga saran menu yang dapat kita pilih dan sudah di lengkapi dengan gambar menunya.

### 2.2.6 Searching



**Gambar 2.6** Tampilan *Searching*

Pada tampilan *searching* juga terdapat *button* pencarian dan *filter*. Tampilan menu-menu produk akan sesuai dengan apa yang kita cari, contoh disini kita mencari dengan kata kunci strawberry maka yang muncul semua produk olahan strawberry lengkap dengan nama dan harga produknya.

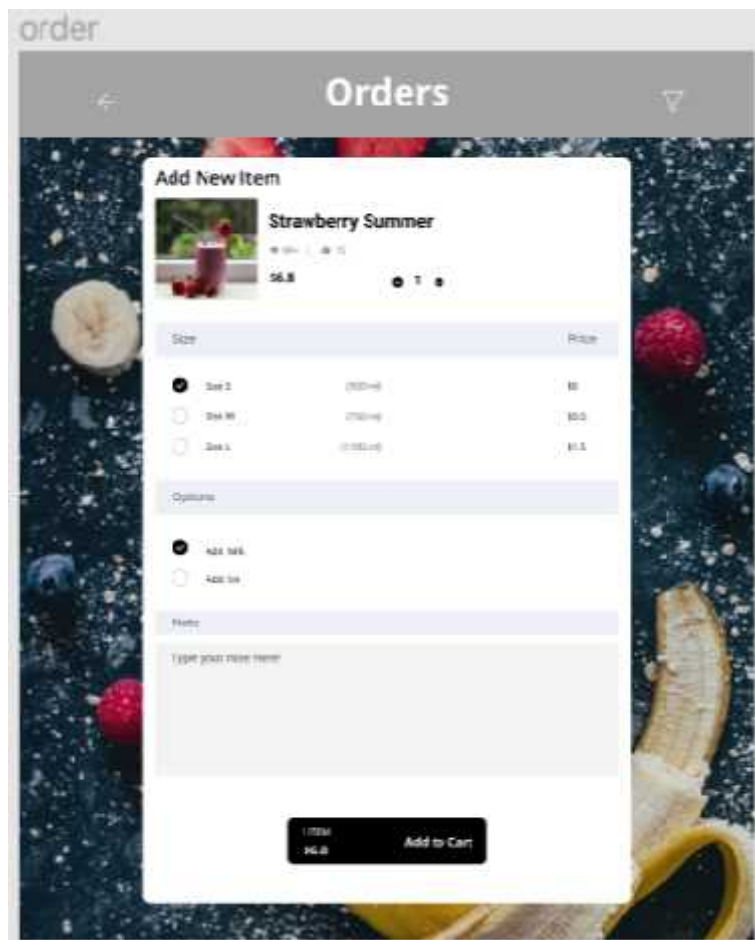
### 2.2.7 *Recipe Detail*



**Gambar 2.7** Tampilan *Recipe Detail*

Pada tampilan *recipe details* disini ditampilkan semua detail tentang produk yang akan dipesan lengkap dengan gambar produknya. Jika berminat kita tinggal klik *button* keranjang untuk diarahkan ke tampilan *order*.

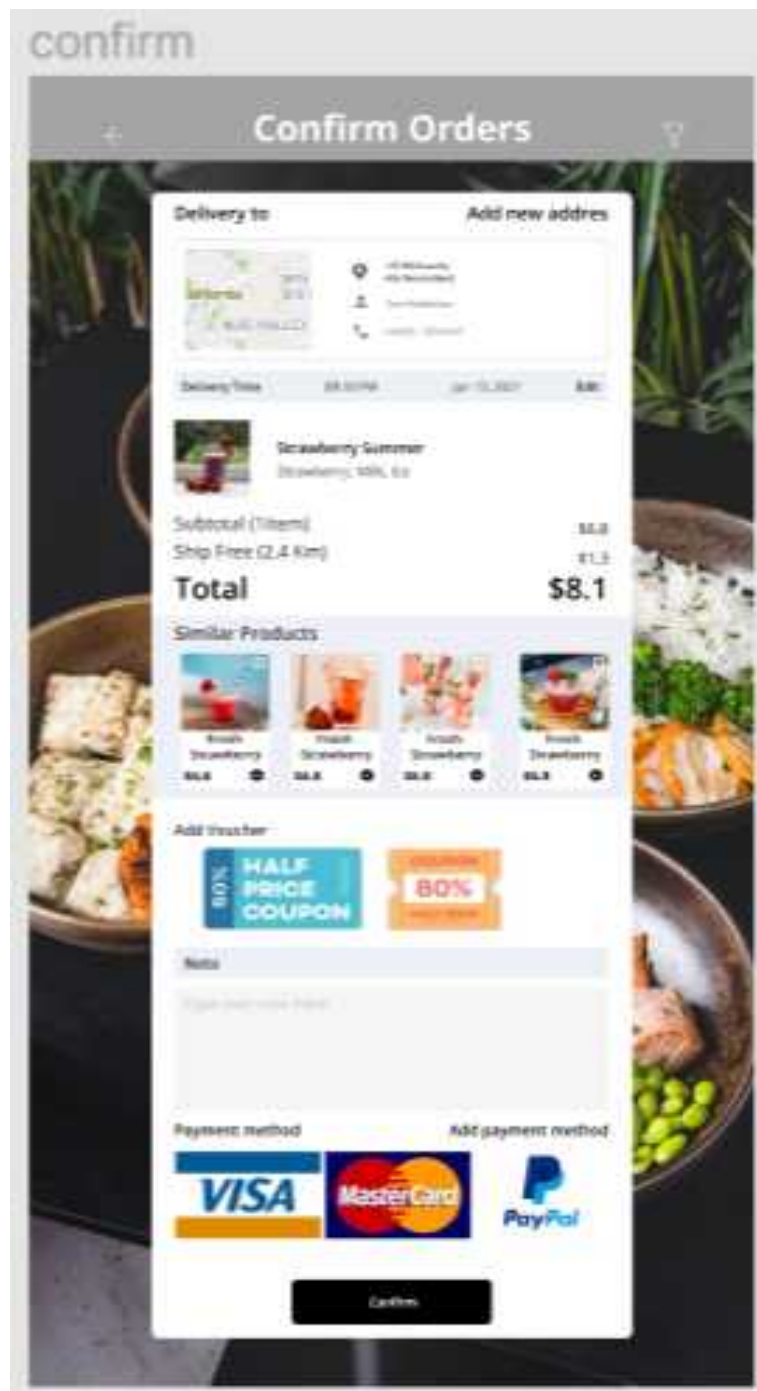
### 2.2.8 Order



**Gambar 2.8** Tampilan *Order*

Pada tampilan *order* kita bisa memilih jumlah produk yang akan kita beli, ukuran produk lengkap dengan harganya dan opsi produk yang akan kita pesan. Pada tampilan ini juga kita bisa menambahkan catatan kita mengenai produk yang akan kita pesan. Setelah melakukan pemesanan tinggal klik *button* yang disediakan untuk melangkah ke tahap selanjutnya yaitu konfirmasi pemesanan.

### 2.2.9 *Confirm*

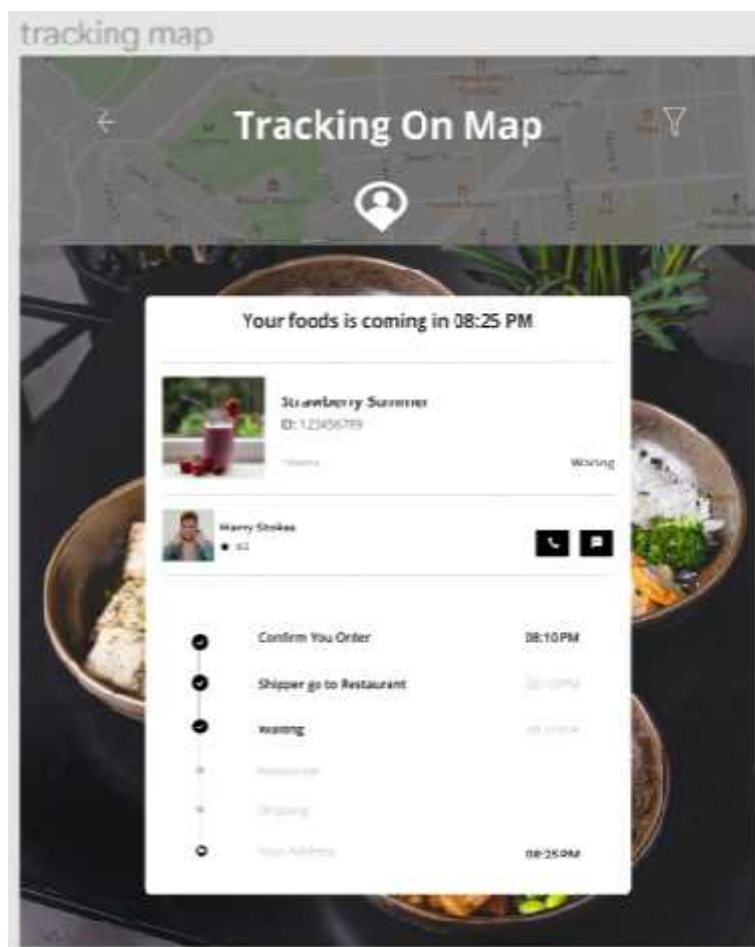


**Gambar 2.9** Tampilan *Confirm*

Pada tampilan *confirm orders* disini kita wajibkan mengisi alamat pemesan beserta data diri terlebih dahulu. Pada tampilan ini

juga terdapat rincian pembayaran yang terdiri dari harga produk dan biaya pengantaran sesuai jarak pemesan. Disini juga terdapat menu produk serupa yang dapat kita pesan lagi. Terdapat *voucher coupon* dan berbagai macam debit pembayaran. Setelah semuanya selesai diisi tinggal klik *button confirm* untuk lanjut ketahap selanjutnya.

#### 2.2.10 Tracking Map

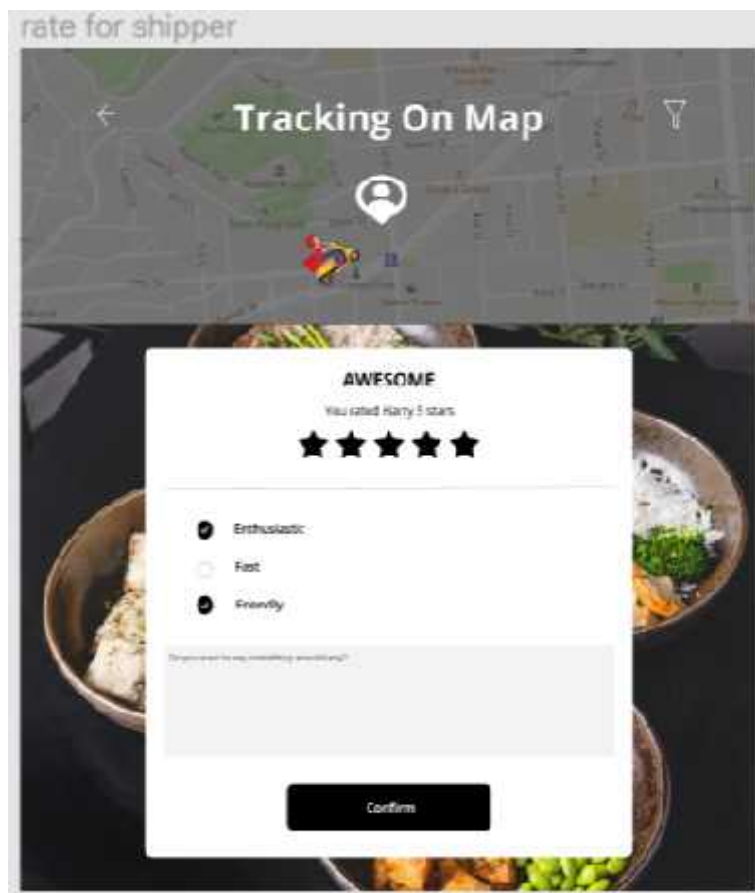


**Gambar 2.10** Tampilan *Tracking Map*

Pada tampilan *tracking map* disini kita dapat melihat tahapan mulai dari konfirmasi *orderan* sampai ke alamat pemesan beserta waktunya. Disini juga disediakan profil kariawan yang mengantar

pesanan kita yang dapat di hubungi jika terjadi hambatan dalam pengantaran pesanan kita.

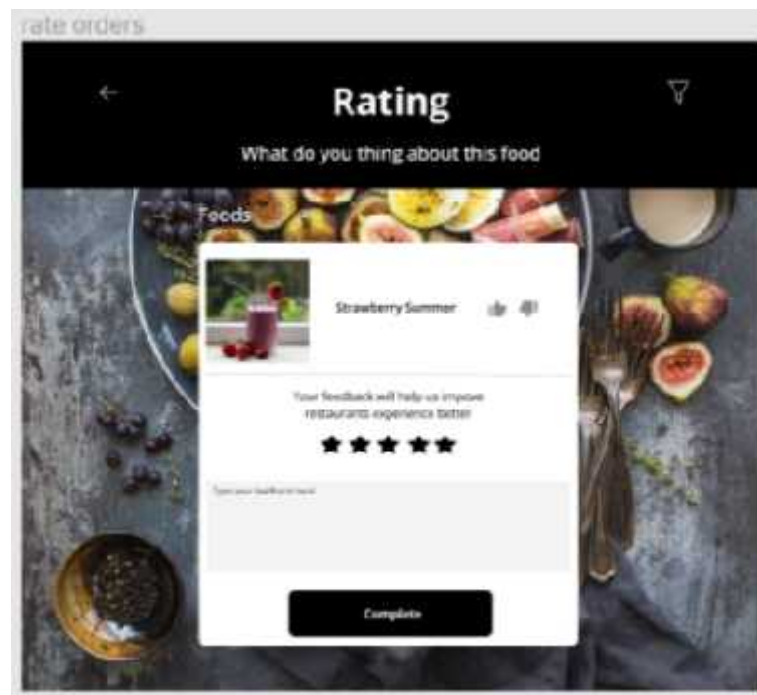
#### 2.2.11 *Rate for Shipper*



**Gambar 2.11** Tampilan *Rate For Shipper*

Pada tampilan *rate for shipper* disini kita diminta pendapat kita mengenai bagaimana kariawan yang mengantarkan pesanan apakah dia *enthusiastic*, *fast* maupun *friendly* dan kita juga bisa memberikan bintang sesuai dengan kinerja kariawan tersebut. Disini juga disediakan kolom catatan mengenai kariawan yang mengantarka pesanan. Jika sudah selesai mengisi tinggal klik *button confirm* dan diarahkan ke tampilah terakhir.

### 2.2.12 Rate Orders



**Gambar 2.12** Tampilan Rate Orders

Pada tampilan terakhir yaitu tampilan *rate orders* disini kita diminta tanggapan kita mengenai produk yang telah kita pesan, jika sudah klik *button complete* dan menunggu pesanan kita sampai.



## **BAB 3**

### **PENUTUP**

#### **3.1 Kesimpulan**

Internet dapat diartikan sebagai jaringan komputer luas dan besar yang mendunia, yaitu menghubungkan pemakai komputer dari suatu negara ke negara lain di seluruh dunia, dimana di dalamnya terdapat berbagai sumber daya informasi dari mulai yang *statis* hingga yang dinamis dan interaktif. Komputer yang tersambung dengan jaringan yang ada sudah melebihi 1000 komputer lebih. Program inilah yang disebut *www*, atau *World Wide Web*. Tahun 1992, komputer yang saling tersambung membentuk jaringan sudah melampaui sejuta komputer, dan di tahun yang sama muncul istilah *surfing the internet*. Di tahun yang sama *Yahoo!* didirikan, yang juga sekaligus kelahiran *Netscape Navigator 1.0*.

2. Informasi untuk kehidupan profesional/pekerja : sains, teknologi, perdagangan, saham, komoditas, berita bisnis, asosiasi profesi, asosiasi bisnis, berbagai forum komunikasi. Satu hal yang paling menarik ialah keanggotaan internet tidak mengenal batas negara, ras, kelas ekonomi, ideologi atau faktor faktor lain yang biasanya dapat menghambat pertukaran pikiran. Dua hal khusus yang membedakan WWW dengan lainnya, yaitu sebagai berikut ini.

a. Informasi di WWW dapat ditampilkan dalam bentuk multimedia yang berupa grafik, suara, video disamping tulisan teks.

b. Informasi yang ditampilkan di WWW dapat menghubungkan ke *hypertext*. Seseorang yang ingin menggunakan WWW memerlukan suatu program yang disebut dengan *browser*. Situs dapat

diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi, gambar gerak, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan *link-link*. Untuk membangun situs diperlukan beberapa unsur yang harus ada agar situs dapat berjalan dengan baik dan sesuai yang diharapkan. Unsur-unsur yang harus ada dalam situs antara lain: . *Domain name* atau biasa disebut nama *domain* adalah alamat permanen situs di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah situs atau dengan kata lain *domain name* adalah alamat yang digunakan untuk menemukan situs kita pada dunia internet. Pada tahun 1962 dari MIT dan *riset*, Lawrence G. Robert juga melakukan penelitian mengenai internet yang dilahirkan dari *riset* pemerintah AS yang pada awalnya hanya untuk kalangan teknis dilembaga pemerintahan, ilmuwan dan penelitian akademis. Pada tahun 1970, muncul *Electronic Fund Transfer* yang aplikasinya saat itu terbatas hanya pada perusahaan-perusahaan terkenal. Perkembangan teknologi yang sangat pesat ada era 90-an, memunculkan aplikasi *e-commerce* dari berbagai perusahaan sehingga terjadi komersialisasi internet dan pertumbuhan perusahaan *dot-coms*, atau internet *start-ups* yang semakin menjamur. Awalnya, perdagangan elektronik merupakan aktivitas perdagangan yang hanya memanfaatkan transaksi komersial saja, misalnya mengirim dokumen komersial seperti pesanan pembelian secara elektronik. Kemudian berkembang menjadi suatu aktivitas yang mempunyai istilah yang lebih tepat yaitu perdagangan *via*

*web*. Perkembangan *e-commerce* di Indonesia sendiri telah ada sejak tahun 1996, dengan berdirinya *Dyviacom Intrabum* atau *D-net* sebagai perintis transaksi online.

### **3.2 Saran**

Sebelum melakukan praktikum para praktikan sebaiknya sudah menguasai cara penggunaan aplikasi figma sebagai bahan untuk mendesain yang akan dipraktikkan sehingga memudahkan dalam praktikum. Bimbingan dari asisten juga sangat diperlukan.

## DAFTAR PUSTAKA

Ir. Edi Nur Sasongko, M.Kom, <http://kuliah.dinus.ac.id/edi-nur/pde.html> Eddy Purwanto dan Tim Sub Bag Jaringan Informasi IPTEK, JIIPP, Pengantar World Wide Web, 2010

Kracher, Beverly, and Cynthia L. Corritore. "Is There a Special E-Commerce Ethics?" *Business Ethics Quarterly* 14, no. 1 (2004): 71-94. <http://www.jstor.org/stable/3857773>.

<http://www.nurulfikri.ac.id/index.php/artikel/item/667-kelebihan-dan-kekurangan-e-commerce> diakses pada tanggal 25 Juni 2021.

Kadir, Abdul & Terra Ch Wahyuni; *Pengenalan Teknologi Informasi*; Yogyakarta: Penerbit Andi; 2003.

Simarmata, Janner; *Pengenalan Teknnologi Komputer dan Informasi*; Yogyakarta: Penerbit Andi; 2005;

Laporan Toko Online Prestashop. <http://www.scribd.com/doc/145098009/Laporan-TokoOnline-Prestashop>. Diakses pada tanggal 25 Juni 2021.

Firdaus, Zakky. 2012. *Sejarah Perkembangan E-Commerce*. <http://research.amikom.ac.id>. Diakses pada tanggal 25 Juni 2021.