

## ANALISIS PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PENJUALAN ITEM DI KOI-KU SHOP

Alan Darma Saputra Wijaya<sup>1\*</sup>, I Gede Putu Krisna Juliharta<sup>2</sup>, Ni Luh Putu Ning Septyarini Putri Astawa<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Sistem Informasi, STMIK Primakara

E-mail: [alan.dharma96@gmail.com](mailto:alan.dharma96@gmail.com)

**Abstrak:** Saat ini perdagangan dunia tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu. Tingginya mobilitas masyarakat yang menuntut dunia penjualan mampu memberikan pelayanan dan barang dengan instan sesuai permintaan pembeli. Untuk mengatasi masalah tersebut maka munculah transaksi dengan menggunakan media internet untuk menghubungkan penjual. Transaksi melalui internet lebih dikenal dengan *E-Commerce*, sehingga dengan adanya *E-Commerce* dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam penjualan dengan memanfaatkan teknologi informasi, harga yang murah mengingat membuat situs di internet lebih murah daripada membuka gerai ritel di berbagai tempat, serta melalui pembelian layanan internet akan dilanjutkan dengan pengiriman barang ke pembeli. Tujuan Penulisan Penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang Pengaruh sesudah adanya *E-Commerce* Terhadap Penjualan Item Di Koi-ku Shop. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitatif deskriptif, dimana yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Owner Koi-ku Shop. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa e-commerce berpengaruh terhadap penjualan item di Koi-ku Shop, dimana terdapat persentase kenaikan tertinggi pada bulan juli sebanyak 45%.

**Kata Kunci:** *Perdagangan, Transaksi, dan E-Commerce*

**Abstract:** *Today world trade is no longer limited by space and time. The high mobility of people who demand that the world of sales is able to provide services and goods instantly according to buyer requests. To overcome this problem, transactions arise using internet media to connect sellers. Transactions via the internet are better known as E-Commerce, so that with E-Commerce it can increase efficiency and effectiveness in sales by utilizing information technology, low prices considering that making a website on the internet is cheaper than opening retail outlets in various places, as well as through purchasing services. internet will continue with the delivery of goods to the buyer. The purpose of this research is to find out about the effect after the existence of E-Commerce on Item Sales at the Koi-ku Shop. The method used in this study is descriptive qualitative, where the population in this study is the Owner Koi-ku Shop. The results of this study indicate that e-commerce has an effect on item sales at the Koi-ku Shop, where there is the highest percentage increase in July as much as 45%.*

**Keywords :** *Trade, Transaction, and E-Commerce*

### 1. PENDAHULUAN

Pada Tahun 2018 Item Koi-ku Shop mulai diterbitkan melalui tangan masyarakat, tetapi karena mulai akhir 2019 adanya Pandemi

maka pemerintah mulai menggerakkan masyarakat untuk tidak melakukan kontak fisik dan membatasi pembeli dengan pemilik toko maka penjualan menjadi lebih berkurang drastis. Dengan adanya peraturan

tersebut, maka metode penjualan Item agar sampai kepada customer yang paling tepat diimplementasikan adalah Proses penjualan Online.

Terlebih khususnya pada Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Penjualan Item Di Koi-ku Shop menggunakan Tokopedia, dalam melihat situasi pandemi dan menghindari bersentuhan secara langsung tentunya dengan *E-Commerce*.

*E-Commerce* merupakan salah satu konsep yang cukup berkembang dalam bidang teknologi informasi. Konsep *E-Commerce* memberikan banyak kemudahan dan kelebihan jika dibandingkan dengan konsep belanja yang konvensional, diantaranya yang diinginkan konsumen dapat diakses lebih detail, cepat, praktis tanpa dibatasi tempat dan waktu, dan proses transaksinya pun bisa diterapkan menjadi jauh lebih mudah dan praktis. Sehingga dengan penerapan sistem ini akan sangat mempermudah dan lebih menguntungkan banyak pihak, baik pihak konsumen maupun penjual.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### A. E-Commerce

Menurut David Baum (1999) *E-Commerce* adalah satu set teknologi, aplikasi-aplikasi, dan proses bisnis yang dinamis untuk menghubungkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat melalui transaksi elektronik dan pertukaran barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik [1].

Menurut Kotler & Armstrong (2012) *E-Commerce* adalah saluran online yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktivitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa [2].

### B. Penjualan

Penjualan adalah aktivitas atau bisnis menjual produk atau jasa. Dalam proses penjualan atau penyedia barang dan jasa memberikan kepemilikan suatu komoditas kepada pembeli untuk suatu harga tertentu. Penjualan dapat dilakukan melalui metode, seperti penjualan langsung, dan melalui agen penjualan [3].

## 3. METODE

### A. Metode Kualitatif

Penelitian kualitatif adalah proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang dapat diamati berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada suatu alamiah obyek, (sebagai lawannya adalah eksperimen), dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan.

Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan metode yang menyelidiki suatu fenomena sosial atau masalah manusia. Peneliti melakukan studi pada situasi yang alami, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden. Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007:3), mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati [4].

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil penelitian ini akan menjelaskan tentang pengaruh *E-Commerce* terhadap penjualan item di koi-ku shop. Berikut data penjualan Koi-ku shop bulan Januari – September 2022.

TABEL 4. 1  
DATA PENGUNJUNG WEBSITE DAN VOLUME PENJUALAN PADA KOI-KU SHOP DI E-COMMERCE TAHUN 2022

BULAN	PENGUNJUNG WEBSITE	VOLUME PENJUALAN	PRESENTASE KENAIKAN
JANUARI	19.582	12.980.000	3,85%
FEBRUARI	21.355	17.264.000	33%
MARET	20.845	15.320.000	-11%
APRIL	26.325	18.450.000	20%
MEI	28.459	19.152.000	4%
JUNI	28.247	18.865.000	-1%
JULI	34.241	27.355.000	45%
AGUSTUS	39.321	28.540.000	4%
SEPTEMBER	41.354	31.050.000	9%

SUMBER: WAWANCARA DENGAN OWNER KOI-KU SHOP

Cara mendapatkan persentase sebagai berikut :

$$\frac{(13.500.000 - 12.980.000)}{12.980.000} * 100 \%$$

**GAMBAR 4. 1 PENGUNJUNG WEBSITE DAN PENJUALAN PADA KOI-KU SHOP TAHUN 2022**



Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan pada grafik diatas dapat dilihat penjualan di Koi-Ku Shop pada bulan Januari sebanyak 12.980.000 dengan kunjungan website 19.582, bulan februari mengalami kenaikan sebanyak 33% (17.264.000) dengan kunjungan website 21.355, bulan Maret mengalami penurunan sebanyak -11% (15.320.000) dengan kunjungan website 20.845, bulan April mengalami kenaikan sebanyak 20% (18.450.000) dengan kunjungan website 26.325, bulan Mei mengalami kenaikan sebanyak 4% (19.152.000) dengan kunjungan website 28.459, bulan Juni mengalami penurunan sebanyak -1% (18.865.000) dengan kunjungan website 28.247, bulan Juli mengalami kenaikan sebanyak 45% (27.355.000) dengan kunjungan website 34.241, bulan Agustus mengalami kenaikan sebanyak 4% (28.540.000) dengan kunjungan website 39.321, bulan September mengalami kenaikan sebanyak 9% (31.050.000) dengan kunjungan website 41.354.

1. Triagulasi Metode

**TABEL 4. 2 TRIAGULASI METODE**

Sumber: Data diolah (2022)

2. Triagulasi Waktu

Pertanyaan	Metode Pengumpulan Data		Kesimpulan
	Wawancara	Observasi	
Pengaruh E-Commerce terhadap penjualan di Koi-ku Shop	Berdasarkan rangkuman hasil wawancara dengan owner koi-ku shop, perusahaan semakin berkembang semenjak memasuki E-Commerce pada tahun 2017, dapat dilihat dari tabel penjualan pada 4.1	Dari pengamatan peneliti E-Commerce sangat berpengaruh terhadap penjualan di Koi-Ku Shop dilihat dari lebih banyaknya penjualan yang terjadi di Koi-ku shop secara online dibandingkan offline.	Koi-ku shop lebih banyak melakukan penjualan secara online melalui platform E-commerce, dapat disimpulkan bahwa E-commerce berpengaruh terhadap penjualan di Koi-ku Shop.

**TABEL 4. 3 TRIAGULASI WAKTU**

**TABEL A  
VOLUME PENJUALAN OFFLINE PADA KOI-KU SHOP TAHUN 2018**

Pertanyaan	Metode Pengumpulan Data			Kesimpulan
	Juli	Agustus	September	
Pendapatan Koi-ku Shop dalam 3 bulan terakhir di E-Commerce	27.355.000 Meningkat sebanyak 45% dari bulan sebelumnya	28.540.000 Meningkat sebanyak 4% dari bulan sebelumnya	31.050.000 Meningkat sebanyak 9% dari bulan sebelumnya	Dapat disimpulkan bahwa pendapatan Koi-ku shop di E-Commerce setiap bulanya mengali peningkatan secara konsisten.

BULAN	GROSS SALE	PERSENTASE
1	Rp10.625.000	-
2	Rp8.250.000	-22%
3	Rp9.200.000	11,50%
4	Rp7.600.000	-17%
5	Rp8.350.000	9%
6	Rp9.910.000	18%
7	Rp11.210.000	13%
8	Rp11.010.000	-1,70%
9	Rp9.210.000	-16%
10	Rp9.670.000	4%
11	Rp7.210.000	-25%
12	Rp7.900.000	9%
TOTAL	Rp110.145.000	

Cara mendapatkan persentase sebagai berikut :

$$\frac{(10.625.000 - 8.250.000) * 100 \%}{10.625.000}$$

Sumber: Data diolah (2022)

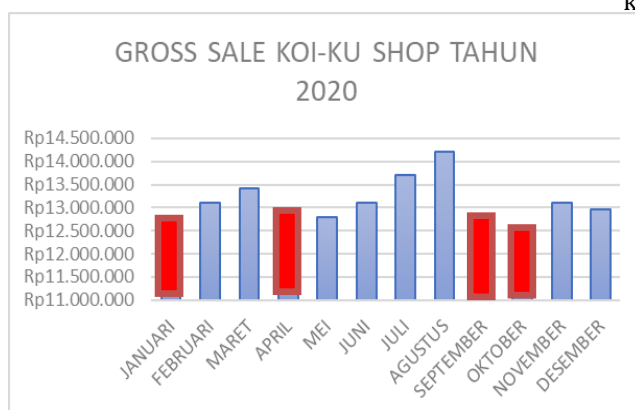
**GAMBAR 4. 2 GRAFIK GROSS SALE OFFLINE KOI-KU SHOP 2018**



**TABEL 4. 5 VOLUME PENJUALAN OFFLINE PADA KOI-KU SHOP TAHUN 2019**

BULAN	GROSS SALE	PERSENTASE
1	Rp8.520.000	7%
2	Rp9.220.000	8%
3	Rp13.100.000	42,00%
4	Rp13.220.000	1%
5	Rp12.920.000	-2%
6	Rp12.620.000	-2%
7	Rp11.100.000	-2%
8	Rp13.050.000	17%
9	Rp10.100.000	-22%
10	Rp9.200.000	-8%
11	Rp11.200.000	21%
12	Rp11.450.000	2%
<b>TOTAL</b>	<b>Rp135.700.000</b>	

**GAMBAR 4. 4 GRAFIK GROSS SALE ONLINE KOI-KU SHOP 2020**



**TABEL 4. 7 VOLUME PENJUALAN ONLINE PADA KOI-KU SHOP DI E-COMMERCE TAHUN 2021**

BULAN	GROSS SALE	PERSENTASE
1	Rp13.100.000	1%
2	Rp13.400.000	2%
3	Rp13.650.000	1%
4	Rp13.500.000	-1%
5	Rp11.210.000	-16%
6	Rp12.050.000	7%
7	Rp10.300.000	14%
8	Rp14.500.000	40%
9	Rp13.950.000	-3%
10	Rp12.900.000	-7%
11	Rp11.510.000	-1%
12	Rp13.500.000	17%
<b>TOTAL</b>	<b>Rp153.570.000</b>	

**GAMBAR 4. 5 GRAFIK GROSS SALE ONLINE KOI-KU SHOP 2021**



## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai pengaruh e-commerce terhadap penjualan di Koi-ku Shop, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Total Pengunjung E-Commerce Koi-ku Shop dari bulan Januari Hingga September yaitu sebanyak 259.729 kunjungan.
2. Penjualan Koi-Ku Shop di e-commerce rata-rata mengalami kenaikan setiap bulanya. Dilihat dari pendapatan minimum pada bulan januari 2022 sebanyak 12.980.000, sedangkan

pendapatan maximum di bulan September sebanyak 31.050.000, dengan presentase kenaikan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan simpulan diatas dan berdasarkan teori yang telah dipelajari, maka penulis mencoba memberikan saran yang mungkin dapat dipertimbangkan sebagai masukan dengan harapan dapat bermanfaat bagi Koi-ku Shop dimasa akan datang. Adapun saran yang penulis kemukakan sebagai berikut:

1. Diharapkan Koi-ku Shop terus memantau pengunjung website karena setiap pengunjung website tidak semua membeli, bisa saja hanya mengunjungi, sehingga Koi-ku Shop harus melakukan promosi yang efektif dengan cara memasang iklan disitus media sosial, memasang iklan baris online agar penjualan dapat meningkat.
3. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya menambahkan variabel selain e-commerce.

## DAFTAR REFERENSI

- [1] I. W. S. M. D. S. I Gusti Ngurah Adi Setyawan, "PERAN E-COMMERCE TERHADAP PENJUALAN USAHA PADA INDUSTRI PAKAIAN JADI DI

PROVINSI BALI," E-Jurnal EP Unud, 6[12] : 2436-2461, pp. 1-2461, 2017.

- [2] N. M. N. Helmi, "PENGARUH E-COMMERCE DAN PROMOTION SALE TERHADAP PENJUALAN PT. TOYOTA-ASTRA MOTOR," Volume 3 ISSN : 2684-8775, pp. 446-455, 2021.

- [3] Teddy, "Pengaruh E-Commerce dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Hotel Emerald Garden," 2021.

- [4] B. G. O. K. Z. LENI LESTARI, "PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA ONLINE SHOP ANEKA KEMEJA PRIA BEKASI," Vol 1, No 2 (2017), 2017.

- [5] A. I. KRISTYANINGSIH, "PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP VOLUME PENJUALAN (Studi Kasus Pada Online Shop Ballin.Id)," 2018.

- [6] "Wikipedia," 26 September 2021. [Online]. Available: <https://id.wikipedia.org/wiki/Penjualan>.