

Implementasi E-Commerce Berbasis Website sebagai Strategi Peningkatan Perekonomian Penjualan Hewan Ternak di Pasar Omba Komi

Fariana Lidia Ina^{1*}, Stefanus Dwi Istiawan Mau², Dian Fransiska Ledi³

¹⁻³ Program Studi Teknik Informatika, Universitas Stella Maris Sumba, Indonesia

*Penulis Korespondensi: farida44@gmail.com

Abstract. The development of information technology provides opportunities for business actors to improve the effectiveness of marketing and transactions through the use of website-based technology. Omba Komi Market, as one of the livestock trading centers in Southwest Sumba Regency, still faces challenges in marketing and transaction processes that are conducted conventionally. As a result, market reach and the dissemination of livestock information remain limited. This study aims to implement a website-based e-commerce system as a strategy to support livestock marketing and sales at Omba Komi Market, expand market reach, and improve the efficiency of sales information management. The data collection methods used in this study include observation, interviews, and literature study. The system was developed using the Model View Controller (MVC) approach, which separates data management, user interface presentation, and system process control. The developed system provides information about livestock products, prices, ordering processes, and digital transactions. The implementation of website-based e-commerce is expected to facilitate business actors in marketing livestock, help consumers obtain information more quickly and transparently, and expand the marketing reach. Therefore, the developed system can serve as a digital platform to support more effective livestock sales and contribute to improving the economic activities of livestock business actors at Omba Komi Market.

Keywords: 5 E-Commerce; Digital Marketing; Livestock; MVC; Website.

Abstrak. Perkembangan teknologi informasi memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk meningkatkan efektivitas pemasaran dan transaksi melalui pemanfaatan teknologi berbasis website. Pasar Omba Komi sebagai salah satu pusat penjualan hewan ternak di Kabupaten Sumba Barat Daya masih menghadapi kendala dalam proses pemasaran dan transaksi yang dilakukan secara konvensional, sehingga jangkauan pasar dan penyampaian informasi mengenai hewan ternak masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan e-commerce berbasis website sebagai strategi untuk mendukung pemasaran dan penjualan hewan ternak di Pasar Omba Komi serta memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi pengelolaan informasi penjualan. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan studi pustaka. Pengembangan sistem menggunakan pendekatan *Model View Controller* (MVC) yang memisahkan pengelolaan data, tampilan antarmuka, dan pengendalian proses sistem. Sistem yang dikembangkan menyediakan informasi produk hewan ternak, harga, dan proses pemesanan serta transaksi secara digital. Implementasi e-commerce berbasis website diharapkan dapat mempermudah pelaku usaha dalam memasarkan hewan ternak, membantu konsumen memperoleh informasi secara lebih cepat dan transparan, serta memperluas jangkauan pemasaran. Dengan demikian, sistem yang dikembangkan dapat menjadi salah satu sarana digital dalam mendukung peningkatan efektivitas penjualan dan perekonomian pelaku usaha hewan ternak di Pasar Omba Komi.

Kata Kunci: 5 E-Commerce; Hewan Ternak; MVC; Pemasaran Digital; Website.

1. LATAR BELAKANG

Naskah Perkembangan teknologi informasi di era digital saat ini memberikan dampak besar terhadap aktivitas bisnis. Teknologi memungkinkan penyampaian informasi secara cepat, tepat, dan akurat sehingga mendukung proses perencanaan, pengendalian, serta pengambilan keputusan. Untuk mendukung hal tersebut, diperlukan sistem informasi terkomputerisasi yang mampu mengelola data secara efektif dan efisien. Pemanfaatan internet melalui website menjadi salah satu bentuk penerapan teknologi dalam dunia usaha. Website merupakan kumpulan halaman yang dapat diakses melalui internet dan Perkembangan teknologi informasi

diera digital saat ini memberikan dampak besar terhadap aktivitas bisnis. Pemanfaatan internet menyajikan berbagai informasi dalam bentuk teks, gambar, audio, maupun video (Noventa et al., 2023). Penerapan sistem berbasis web dinilai penting untuk mendukung pengelolaan informasi dan promosi bisnis secara luas (Mufliq et al., 2025).

Kemajuan internet juga melahirkan konsep electronic commerce, yaitu proses jual beli barang dan jasa secara elektronik. E-commerce menjadi sarana transaksi dan pertukaran informasi antara pelaku usaha dan konsumen secara digital (Sari Handayani et al., 2025). Sistem e-commerce berbasis website mampu mengintegrasikan proses promosi, pemesanan, transaksi, hingga laporan penjualan secara real-time, sehingga meningkatkan efisiensi dan memperluas jangkauan pasar. Sektor peternakan merupakan salah satu bidang usaha yang memiliki potensi besar di Indonesia khususnya pada komoditas Sapi. Di Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT), Khususnya di Kabupaten Sumba Barat Daya (SBD) ternak sapi menjadi sektor unggulan.

Pasar Ombak Komi sebagai salah satu pusat penjualan ternak masih menerapkan sistem transaksi secara konvensional, sehingga jangkauan pemasaran terbatas dan pengelolaan data penjualan belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan strategi digital melalui implementasi e-commerce berbasis website untuk memperluas akses pasar, meningkatkan transparansi informasi, serta meningkatkan perekonomian penjualan hewan ternak.

2. KAJIAN TEORITIS

E-Commerce (Elektronik Commerce) merupakan proses transaksi jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui jaringan internet. Menurut Dasopang Nursania (2023), e-commerce adalah penggunaan internet dan web untuk melakukan transaksi bisnis secara digital, sedangkan Maghfiroh (2022) menyatakan bahwa e-commerce merupakan bagian dari digital business yang mencakup seluruh aktivitas pertukaran nilai yang dilakukan secara elektronik. Sementara itu Ingriana et al., (2024) menegaskan bahwa e-commerce tidak hanya mencakup transaksi, tetapi juga layanan pelanggan, kolaborasi mitra bisnis, serta pengelolaan rantai pasok berbasis digital.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa e-commerce adalah sistem perdagangan berbasis internet yang tidak hanya berfokus pada aktivitas jual beli secara digital, tetapi juga mencakup seluruh proses bisnis elektronik seperti pertukaran nilai, pelayanan pelanggan, kolaborasi mitra usaha, serta pengelolaan operasional dan rantai pasok secara terintegrasi. Dengan demikian, e-commerce menjadi bagian penting dari transformasi bisnis digital yang meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan usaha

Strategi pemasaran digital merupakan pendekatan pemasaran yang memanfaatkan teknologi internet untuk menjangkau konsumen. Menurut Chaffey & Ellis-Chadwick, digital marketing mencakup SEO, media sosial, email marketing (Leni Sugiyanti et al., 2022). Wibowo (2019) menyatakan bahwa strategi pemasaran modern menekankan pada customer engagement dan value creation melalui platform digital. Dalam konteks penjualan hewan ternak, website dapat digunakan untuk menampilkan informasi kualitas ternak, harga, serta sistem transaksi yang transparan. Secara umum strategi pemasaran digital mencakup beberapa komponen utama yaitu:

- a. Search Engine Optimization (SEO) untuk meningkatkan visibilitas website di mesin pencari.
- b. Sosial Media Marketing untuk membangun interaksi dan hubungan dengan pelanggan.
- c. Content Marketing untuk memberikan informasi yang bernilai kepada konsumen.
- d. Email Marketing untuk menjaga komunikasi berkelanjutan dengan pelanggan.
- e. Online Advertising seperti iklan berbayar di berbagai platform digital.

Adapun penelitian terdahulu yang membahas keterkaitan dengan judul saat ini diantaranya:

- a. Novita & Nurfaizal (2026) dengan judul Pengembangan Sistem Marketplace Penjualan Hewan Ternak Berbasis Website Menggunakan Rapid Application Development. Hasil dari analisis ini adalah Penelitian ini berhasil membangun marketplace ternak berbasis website menggunakan metode rad yang mempercepat pengembangan melalui prototipe. Hasil pengujian menunjukkan tingkat kepuasan tinggi dengan skor 4,2 (sangat baik), membuktikan bahwa sistem ini sangat mudah digunakan bahkan bagi peternak awam. Kesimpulannya, platform ini efektif dalam meningkatkan keamanan transaksi melalui midtrans, transparansi informasi, dan efisiensi rantai pasok hewan ternak secara digital.
- b. Simbolon (2023) dengan judul Perancangan E-Commerce Jual-Beli Hasil Peternakan Berbasis Web menggunakan metode waterfall, hasil dari penelitian ini adalah Sistem E-Commerce berbasis web berhasil meningkatkan efisiensi transaksi, memperluas jangkauan pasar, serta meminimalkan kesalahan pencatatan dan risiko penipuan dalam jual-beli hasil peternakan.
- c. Penelitian yang dilakukan oleh Elie Djuang Asa Taek et al. (2026) dengan judul penelitian Rancangan Bangun Marketplace Hewan Ternak Berbasis web, hasil dari penelitian ini adalah Hasil: Terciptanya platfrom yang mempertemukan peternak Langsung dengan pembeli. Dan sistem ini efektif memutus rantai makelar sehingga keuntungan peternak lebih maksimal.

- d. Darmayunata et al. (2023) Sistem informasi penjualan Hewan Ternak Berbasis Web (Studi kasus kelompok Tani) Hasilnya fitur Manajemen stok dan laporan penjualan berjalan akurat di Browser. Digitalisasi mempermudah pendataan hewan yang siap jual dan memperluas jangkauan promosi keluar daerah.
- e. Mailasari (2022) dengan judul Pengembangan E-Commerce Penjualan Sapi Menggunakan Metode Waterfall. Hasil dari penelitian ini Implementasi Sistem Pembayaran Transfer Bank Mempermudah Transaksi Jarak Jauh Website-e Commerce meningkatkan Kepercayaan konsumen Melalui Transparansi Detail Produk (Berat / Usia Hewan).

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang telah dikaji, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan. Persamaannya terletak pada pemanfaatan teknologi berbasis website dalam mendukung proses penjualan dan pemasaran hewan ternak maupun hasil peternakan. Beberapa penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa penerapan marketplace dan e-commerce dapat meningkatkan efisiensi transaksi, memperluas jangkauan pemasaran, mengurangi kesalahan pencatatan, serta mempermudah interaksi antara penjual dan pembeli. Namun, penelitian terdahulu tersebut memiliki perbedaan dari penelitian yang dilakukan, baik dari aspek lokasi, objek, tujuan, maupun metode pengembangan sistem.

Penelitian pertama menggunakan metode *Rapid Application Development* (RAD) dan berfokus pada pengembangan marketplace penjualan hewan ternak dengan dukungan sistem pembayaran Midtrans. Penelitian kedua menggunakan metode Waterfall pada perancangan e-commerce jual-beli hasil peternakan dengan fokus pada efisiensi transaksi dan perluasan pasar. Penelitian ketiga mengembangkan marketplace hewan ternak berbasis website yang bertujuan mempertemukan peternak dengan pembeli secara langsung dan mengurangi ketergantungan terhadap makelar. Penelitian keempat berfokus pada sistem informasi penjualan hewan ternak pada kelompok tani, khususnya dalam pengelolaan stok dan laporan penjualan. Sementara itu, penelitian kelima mengembangkan e-commerce penjualan sapi menggunakan metode Waterfall dengan fitur pembayaran transfer bank dan penyajian informasi detail produk berupa berat dan usia hewan.

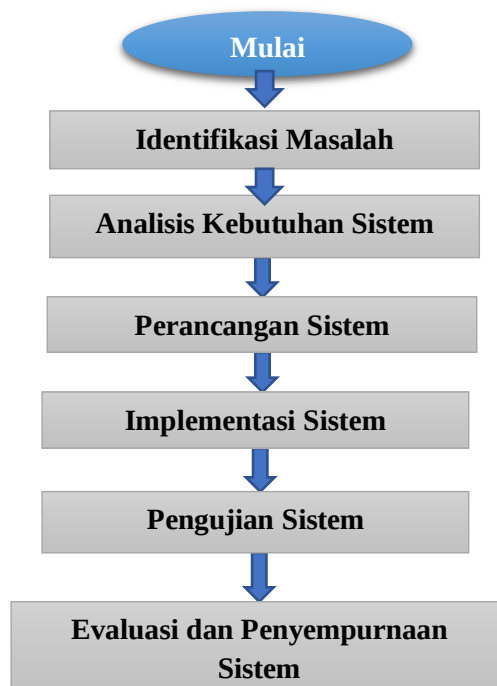
Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian yang dilakukan dengan judul “Implementasi E-Commerce Berbasis Website sebagai Strategi Peningkatan Perekonomian Penjualan Hewan Ternak di Pasar Omba Komi dengan Metode MVC” secara khusus berfokus pada penerapan e-commerce untuk mendukung kegiatan penjualan hewan ternak di Pasar Omba Komi. Perbedaan utama penelitian ini terletak pada konteks lokasi penelitian, tujuan penerapan sistem, serta pendekatan pengembangan yang digunakan. Penelitian ini tidak hanya

bertujuan menyediakan media transaksi digital, tetapi juga mengarahkan pemanfaatan e-commerce sebagai strategi untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan peluang penjualan sehingga dapat mendukung peningkatan perekonomian pelaku usaha hewan ternak di Pasar Omba Komi.

Pemilihan metode MVC didasarkan pada kebutuhan untuk membangun sistem yang memiliki struktur pengelolaan data, tampilan, dan proses sistem secara terpisah. Model digunakan untuk mengelola data dan interaksi dengan basis data, *View* digunakan untuk menampilkan informasi kepada pengguna, sedangkan *Controller* digunakan untuk mengatur proses dan hubungan antara *Model* dan *View*. Dengan struktur tersebut, sistem diharapkan lebih terorganisasi dan lebih mudah dikembangkan serta dipelihara. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki posisi yang berbeda dari penelitian terdahulu karena menggabungkan penerapan e-commerce dengan konteks pasar lokal, yaitu Pasar Omba Komi, serta menempatkan peningkatan perekonomian penjualan hewan ternak sebagai tujuan utama penerapan sistem.

3. METODE PENELITIAN

Pada metode penelitian diuraikan tahapan-tahapan yang diterapkan dalam penelitian. Metodologi penelitian terdiri dari serangkaian tahapan yang saling berkaitan secara sistematis. Proses ini penting untuk mempermudah jalannya penelitian. Sementara itu, struktur kerangka kerja yang digunakan adalah seperti paada gambar berikut ini.



Gambar 1. Alur Penelitian.

Dalam proses pengumpulan data peneliti menggunakan tahapan berikut ini:

- a. Observasi, peneliti melakukan pengamatan langsung dipasar omba komi untuk mengetahui proses transaksi penjualan hewan ternak yang sedang berjalan, mulai dari promosi hingga transaksi jual beli (Nurcahyani et al., 2023).
- b. Wawancara, dilakukan kepada pedagang ternak dan pihak terkait untuk memperoleh informasi mengenai kendala dalam sistem penjualan yang masih manual serta kebutuhan terhadap sistem digital (Yuhana & Aminy, 2022).
- c. Studi pustaka dilakukan dengan mempelajari buku, jurnal, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan e-commerce, sistem informasi, dan pemasaran digital.

Kemudian dalam pengembangan aplikasi ini penulis menggunakan metode model view controller (MVC) adalah sebuah metode untuk membuat sebuah aplikasi dengan memisahkan data (*model*) dari tampilan (*view*) dan cara bagaimana memprosesnya (*controller*). MVC yang membangun aplikasi seperti memanipulasi data, antar muka pengguna dan bagian yang menjadi control dalam sebuah aplikasi web. Dalam pelaksanaan penelitian ini, penulis menerapkan metode MVC (*Model View Controller*) untuk implementasi e-commerce berbasis website sebagai strategi peningkatan perekonomian penjualan hewan ternak di Pasar Omba Komi.

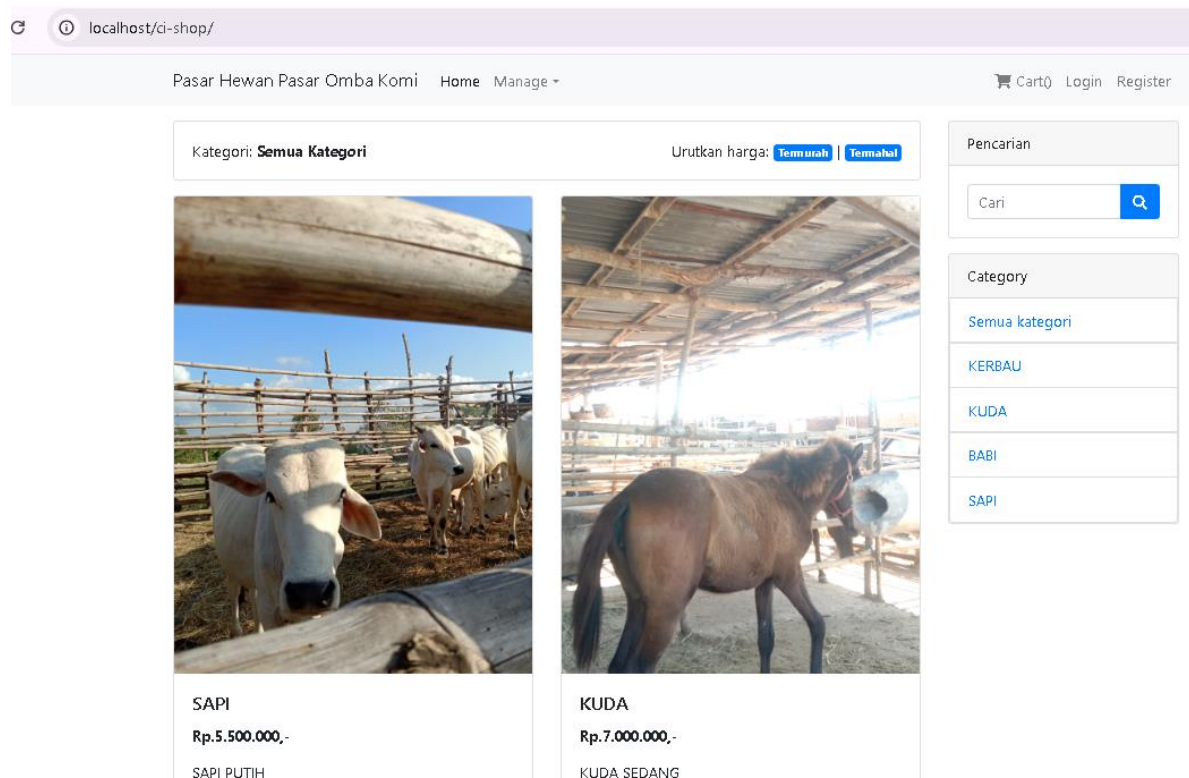
Terpadat 3 jenis komponen untuk membangun MVC, yaitu:

- a. *Model* berkaitan dengan penggunaan database untuk melakukan berbagai tugas pengolahan data, seperti menambahkan, mengubah, menghapus, dan mencari, serta mengatur validasi untuk bagian pengontrol
- b. *View* mengatur tampilan yang diberikan kepada user. Bagian ini biasanya berupa file yang diatur oleh controller, dan memiliki fungsi untuk menerima dan menampilkan data kepada user dalam bentuk interface.
- c. *Controller* bertanggung jawab atas hubungan antara bagian *Model* dan *View*. *Controller* memiliki kemampuan untuk mengatur permintaan user dan menentukan tanggapan dari sistem.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian seterusnya. Pada bab ini penulis memberikan hasil dari aplikasi yang dibuatkan untuk memenuhi kebutuhan penelitian ini.

Halaman Home

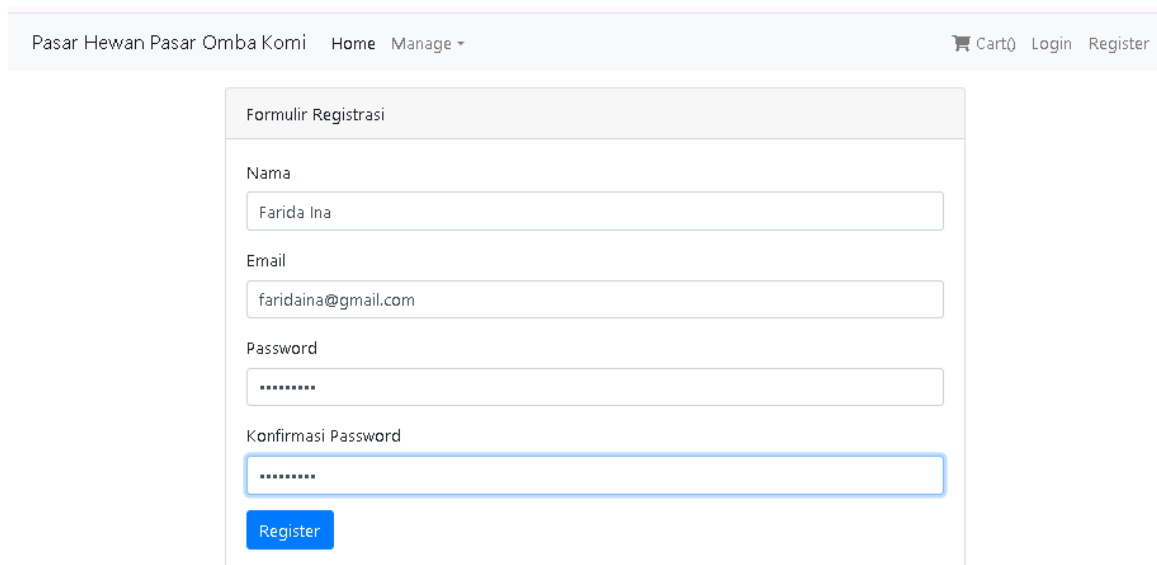


Gambar 1. Halaman Home.

Berdasarkan tampilan pada gambar, halaman Home merupakan halaman utama dari sistem Pasar Hewan Pasar Omba Komi yang berfungsi sebagai media untuk menampilkan dan mencari informasi hewan yang tersedia. Halaman ini menyediakan beberapa komponen utama, yaitu navigasi, filter kategori, pengurutan harga, daftar produk hewan, pencarian, dan kategori.

Pada bagian navigation bar yang terletak di bagian atas halaman terdapat nama sistem “Pasar Hewan Pasar Omba Komi” sebagai identitas aplikasi. Navigation bar juga menyediakan beberapa menu, yaitu Home, Manage, Cart, Login, dan Register. Menu Home digunakan untuk kembali ke halaman utama, sedangkan menu Manage digunakan untuk mengakses fungsi pengelolaan data. Selain itu, terdapat menu Cart yang digunakan untuk mengakses keranjang, serta Login dan Register yang digunakan untuk proses autentikasi pengguna.

Halaman Register



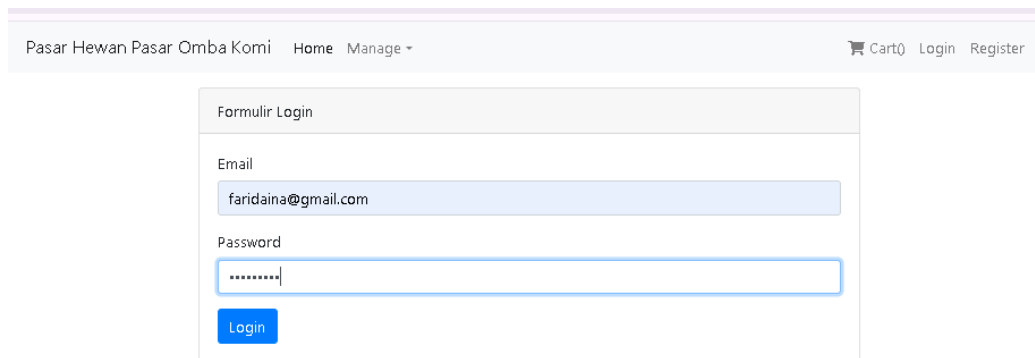
Gambar 2. Halaman Register.

Register digunakan sebagai fasilitas bagi pengguna yang belum memiliki akun untuk melakukan pendaftaran sebelum dapat menggunakan fitur-fitur tertentu pada sistem. Pada halaman ini tersedia formulir pendaftaran yang terdiri dari beberapa field yang harus diisi oleh pengguna.

Bagian utama halaman menampilkan Formulir Registrasi yang terdiri dari empat field, yaitu Nama, Email, Password, dan Konfirmasi Password. Field Nama digunakan untuk memasukkan nama pengguna. Field Email digunakan untuk memasukkan alamat email aktif yang akan digunakan dalam proses pendaftaran akun. Selanjutnya, field Password digunakan untuk membuat kata sandi dengan ketentuan minimal 8 karakter, sedangkan field Konfirmasi Password digunakan untuk memasukkan kembali kata sandi untuk memastikan bahwa kata sandi yang dimasukkan sesuai.

Setelah seluruh data diisi, pengguna dapat menekan tombol Register untuk mengirimkan data pendaftaran. Sistem kemudian dapat melakukan proses validasi terhadap data yang dimasukkan, seperti kelengkapan data, format email, panjang password, serta kesesuaian antara password dan konfirmasi password. Apabila data memenuhi ketentuan validasi, akun pengguna dapat dibuat dan digunakan untuk proses autentikasi pada sistem.

Halaman Login



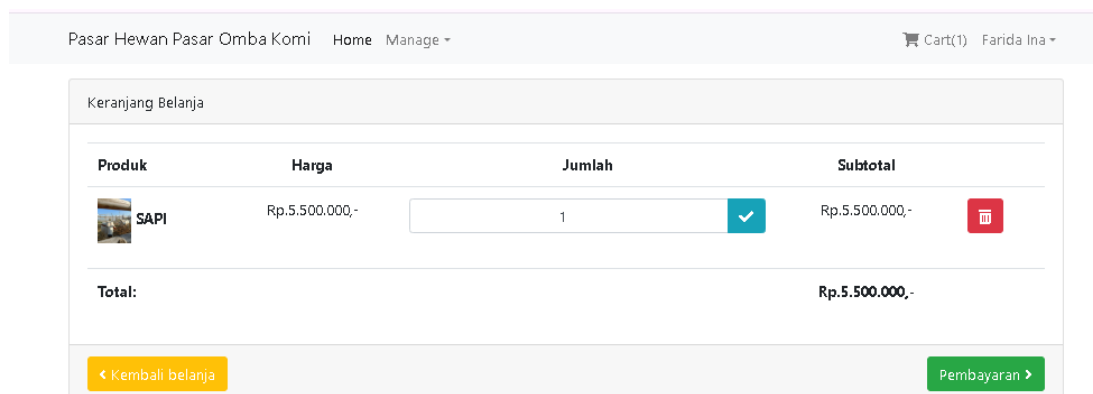
Gambar 3. Halaman Login.

Login digunakan sebagai halaman autentikasi bagi pengguna yang telah memiliki akun untuk dapat masuk ke dalam sistem. Melalui halaman ini, sistem melakukan proses verifikasi terhadap data akun yang dimasukkan oleh pengguna sebelum memberikan akses ke fitur-fitur yang memerlukan autentikasi.

Pada bagian utama halaman terdapat Formulir Login yang terdiri dari dua field utama, yaitu Email dan Password. Field Email digunakan untuk memasukkan alamat email yang telah terdaftar pada sistem. Sementara itu, field Password digunakan untuk memasukkan kata sandi akun pengguna. Pada tampilan tersebut, password ditampilkan dalam bentuk karakter tersembunyi untuk menjaga kerahasiaan kredensial pengguna.

Setelah email dan password dimasukkan, pengguna dapat menekan tombol Login untuk mengirimkan data autentikasi. Sistem kemudian melakukan pemeriksaan terhadap data tersebut dengan mencocokkannya dengan data akun yang tersimpan. Apabila data yang dimasukkan sesuai, pengguna dapat berhasil masuk ke dalam sistem dan memperoleh akses terhadap fitur yang membutuhkan autentikasi. Sebaliknya, apabila data tidak sesuai, sistem dapat memberikan informasi bahwa proses login tidak berhasil.

Halaman Keranjang Belanja/ Checkout



Produk	Harga	Jumlah	Subtotal
 SAPI	Rp.5.500.000,-	1	Rp.5.500.000,-
Total:			Rp.5.500.000,-

Gambar 4. Halaman Checkout Keranjang Belanja.

Halaman ini digunakan untuk menampilkan daftar hewan yang telah dipilih oleh pengguna sebelum melanjutkan ke proses pembayaran. Pada halaman tersebut terdapat tabel yang menampilkan informasi produk yang dipilih, yaitu Produk, Harga, Jumlah, dan Subtotal. Berdasarkan tampilan, produk yang terdapat dalam keranjang adalah SAPI dengan harga Rp5.500.000,- dan jumlah pembelian sebanyak 1, sehingga subtotal yang dihasilkan adalah Rp5.500.000,-.

Pada bagian bawah tabel terdapat informasi Total yang menunjukkan keseluruhan nilai transaksi. Sistem juga menyediakan tombol untuk mengatur jumlah produk. Setelah melakukan perubahan jumlah, pengguna dapat menggunakan tombol konfirmasi untuk memperbarui data keranjang. Selain itu, terdapat tombol hapus yang digunakan untuk menghapus produk dari keranjang.

Produk	Qty	Harga
SAPI	1	Rp.5.500.000,-
Subtotal		Rp.5.500.000,-
Total		Rp.5.500.000,-

Gambar 5. Formulir Alamat Pengiriman.

Setelah pengguna memilih tombol Pembayaran pada halaman keranjang, sistem menampilkan halaman checkout. Halaman ini digunakan untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan dalam proses pengiriman serta menampilkan ringkasan transaksi yang akan dilakukan.

Pada bagian kiri terdapat Formulir Alamat Pengiriman yang terdiri dari tiga informasi utama, yaitu Nama, Alamat, dan Telepon. Field Nama digunakan untuk memasukkan nama penerima, field Alamat digunakan untuk memasukkan alamat tujuan pengiriman, sedangkan field Telepon digunakan untuk memasukkan nomor telepon yang dapat digunakan sebagai informasi kontak penerima.

Pada bagian kanan terdapat ringkasan transaksi dalam bentuk tabel yang memuat Produk, Qty, dan Harga. Berdasarkan tampilan, produk yang akan dibeli adalah SAPI dengan jumlah 1 dan harga Rp5.500.000,-. Sistem kemudian menampilkan nilai Subtotal dan Total dengan jumlah yang sama karena hanya terdapat satu produk dengan jumlah satu.



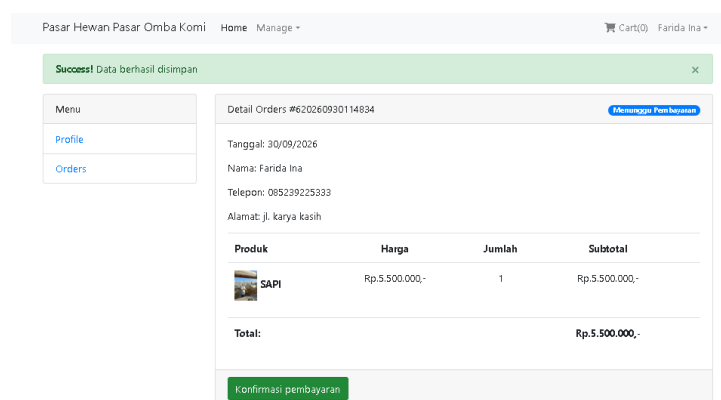
Gambar 6. Halaman Proses Pembayaran.

Setelah proses checkout berhasil dilakukan, sistem menampilkan halaman Checkout Berhasil seperti pada Gambar 4.X. Halaman ini berfungsi sebagai konfirmasi kepada pengguna bahwa data transaksi telah berhasil disimpan.

Pada bagian atas halaman terdapat notifikasi “Success! Data berhasil disimpan” yang menunjukkan bahwa proses penyimpanan transaksi telah berhasil dilakukan. Selanjutnya, sistem menampilkan informasi Checkout berhasil yang dilengkapi dengan nomor order sebagai identitas transaksi.

Pada halaman tersebut juga terdapat informasi mengenai tahapan pembayaran. Pengguna diarahkan untuk melakukan pembayaran melalui rekening yang telah ditentukan oleh sistem. Informasi yang ditampilkan meliputi nomor rekening, nomor order yang harus disertakan pada keterangan pembayaran, serta total pembayaran. Berdasarkan tampilan, total pembayaran yang harus dilakukan adalah Rp5.500.000,-.

Setelah melakukan pembayaran, pengguna diarahkan untuk mengirimkan bukti transfer melalui halaman konfirmasi yang disediakan oleh sistem. Dengan demikian, halaman ini menjadi tahap setelah data pesanan berhasil dibuat dan memberikan petunjuk kepada pengguna mengenai proses pembayaran selanjutnya.

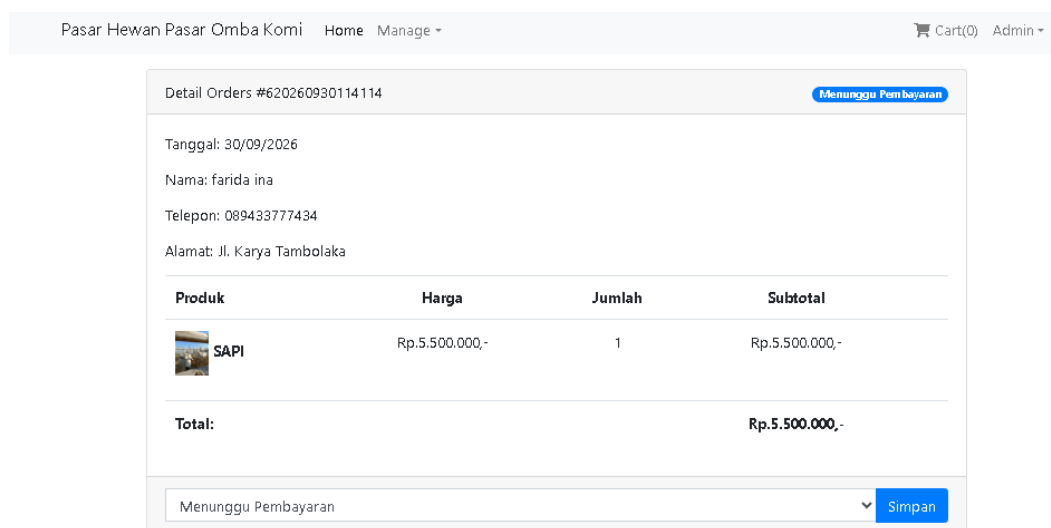


Gambar 7. Halaman Konfirmasi Pembayaran.

Halaman Detail Pesanan berfungsi untuk menampilkan rangkuman transaksi yang telah dibuat oleh pengguna, mencakup nomor transaksi, tanggal transaksi, identitas pembeli, daftar produk, serta total biaya.

Pada halaman ini terdapat tombol "Konfirmasi Pembayaran" yang berfungsi sebagai tombol interaktif (*Call to Action*). Fungsi dari antarmuka ini adalah memberikan jalan bagi pengguna untuk mengunggah bukti transaksi atau memverifikasi pelunasan tagihan. Setelah tombol ini diakses dan formulir dikirimkan, sistem akan memperbarui status transaksi dari "Menunggu Pembayaran" menjadi tahapan pemrosesan berikutnya oleh pihak pengelola.

Halaman Admin Detail Orders



Pasar Hewan Pasar Omba Komi Home Manage ~

Cart(0) Admin ~

Detail Orders #620260930114114 Menunggu Pembayaran

Tanggal: 30/09/2026
Nama: farida ina
Telepon: 089433777434
Alamat: Jl. Karya Tambolaka

Produk	Harga	Jumlah	Subtotal
 SAPI	Rp.5.500.000,-	1	Rp.5.500.000,-
Total:			Rp.5.500.000,-

Menunggu Pembayaran Simpan

Gambar 8. Halaman Order Admin.

Pada halaman detail pesanan administrator (*/order/detail/*), terdapat elemen kontrol berupa *select option / dropdown* yang berisi daftar alur status transaksi. Admin bertugas memperbarui status pesanan secara manual sesuai dengan kondisi riil transaksi. Komponen kontrol status ini terdiri dari 4 pilihan status transaksi:

- Menunggu Pembayaran: Status bawaan (*default*) saat transaksi dibuat.
- Sudah Dibayar: Digunakan ketika admin telah mengonfirmasi bahwa dana pembayaran telah diterima.
- Sudah Dikirim: Digunakan saat pesanan hewan ternak telah dikirimkan ke alamat tujuan.
- Batal: Digunakan apabila transaksi dibatalkan oleh pengguna atau tidak memenuhi syarat verifikasi.

Setelah admin memilih salah satu opsi status dan mengklik tombol "Simpan", sistem akan mengeksekusi perintah query UPDATE pada basis data untuk memperbarui nilai status pesanan pada tabel

Pasar Hewan Pasar Omba Komi

HomeManage

Cart(0)Admin

Order

Cari

Nomor	Tanggal	Total	Status
#620260930114114	30/09/2026	Rp.5.500.000,-	Terbayar
#620260930114834	30/09/2026	Rp.5.500.000,-	Menunggu Pembayaran
#520260929120344	29/09/2026	Rp.5.500.000,-	Menunggu Pembayaran
#520260928092046	28/09/2026	Rp.500.000,-	Terbayar

Gambar 9. Halaman Order.

Antarmuka Daftar Pesanan dirancang untuk memudahkan administrator dalam melakukan pemantauan (*monitoring*) terhadap seluruh transaksi yang terjadi pada aplikasi. Halaman ini menyajikan informasi ringkas dari setiap transaksi dalam bentuk tabel, mencakup Nomor Pesanan, Tanggal Pesanan, Total Pembayaran, dan Status Pesanan.

Setiap nomor transaksi pada kolom "Nomor" dibuat berupa *link* interaktif. Apabila administrator mengklik nomor pesanan tersebut, sistem akan mengarahkan pengguna ke antarmuka Detail Pesanan untuk melakukan verifikasi bukti transfer atau mengubah status transaksi. Selain itu, halaman ini juga dilengkapi dengan kolom pencarian (*search bar*) untuk mempercepat pencarian data transaksi tertentu.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan implementasi e-commerce berbasis website sebagai strategi peningkatan perekonomian penjualan hewan ternak di Pasar Omba Komi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pertama, implementasi e-commerce berbasis website dapat menjadi media pendukung penjualan hewan ternak sapi di Pasar Omba Komi. Sistem yang dibangun menyediakan informasi mengenai hewan ternak yang tersedia, meliputi data seperti harga, berat, usia, dan foto ternak sehingga calon pembeli dapat memperoleh informasi sebelum melakukan pemesanan.

Kedua, sistem yang dibangun dapat membantu meningkatkan efisiensi proses transaksi penjualan. Proses yang sebelumnya dilakukan secara konvensional dapat didukung melalui sistem terkomputerisasi, mulai dari penyajian informasi ternak, registrasi dan login pengguna, pemesanan, informasi transaksi, hingga pengelolaan laporan penjualan. Dengan demikian, proses pencatatan dan pengelolaan transaksi menjadi lebih terstruktur.

Ketiga, penerapan e-commerce berbasis website dapat memperluas jangkauan pemasaran ternak sapi. Informasi mengenai ternak dapat disampaikan melalui media digital sehingga tidak hanya terbatas pada calon pembeli yang datang secara langsung ke Pasar Omba Komi. Hal ini memberikan peluang bagi pedagang untuk memperkenalkan ternak yang dijual kepada calon pembeli dari wilayah yang lebih luas.

Keempat, penggunaan metode *Model View Controller* (MVC) mendukung proses pengembangan sistem dengan memisahkan bagian data (*Model*), tampilan (*View*), dan pengendalian proses (*Controller*). Pemisahan tersebut membantu pengelolaan sistem sehingga setiap bagian memiliki fungsi yang jelas dalam mendukung operasional e-commerce berbasis website.

Kelima, sistem yang dihasilkan berpotensi mendukung peningkatan perekonomian penjualan ternak sapi melalui digitalisasi proses pemasaran dan transaksi. Perluasan akses informasi, kemudahan pemesanan, serta pengelolaan data penjualan yang lebih terstruktur dapat menjadi pendukung bagi pedagang dalam meningkatkan peluang penjualan. Namun, peningkatan pendapatan atau perekonomian secara kuantitatif belum dapat disimpulkan secara mendalam karena penelitian ini dibatasi pada pengujian fungsi sistem dan efisiensi transaksi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan sistem dan penelitian selanjutnya, Pertama, pengembangan sistem selanjutnya dapat menambahkan fitur pembayaran secara online atau payment gateway sehingga proses transaksi dapat dilakukan secara lebih terintegrasi dan memudahkan pembeli dalam melakukan pembayaran.

Kedua, Sistem dapat dikembangkan dengan fitur komunikasi antara pembeli dan pedagang, seperti fitur chat atau notifikasi, sehingga pembeli dapat memperoleh informasi tambahan mengenai kondisi dan ketersediaan ternak sebelum melakukan transaksi.

Ketiga, pengembangan fitur pengelolaan data ternak dapat diperluas dengan menambahkan informasi yang lebih lengkap, seperti jenis atau ras sapi, kondisi kesehatan, lokasi ternak, serta dokumentasi tambahan sehingga informasi yang diterima calon pembeli menjadi lebih lengkap.

Keempat, sistem dapat dikembangkan dengan integrasi media sosial dan optimasi mesin pencari (SEO) untuk meningkatkan promosi dan memperluas jangkauan pemasaran hewan ternak di luar wilayah Pasar Omba Komi.

Kelima, penelitian selanjutnya dapat melakukan pengujian dalam jangka waktu yang lebih panjang dengan membandingkan data penjualan sebelum dan sesudah penerapan sistem, sehingga pengaruh penggunaan e-commerce terhadap volume penjualan, jumlah pelanggan, pendapatan, dan efisiensi biaya dapat diukur secara lebih objektif.

Keenam, aspek keamanan sistem perlu dikembangkan pada penelitian selanjutnya, terutama keamanan akun pengguna, perlindungan data transaksi, validasi data, serta keamanan proses pembayaran apabila sistem nantinya telah menggunakan transaksi pembayaran secara online.

Ketujuh, penerapan sistem secara berkelanjutan perlu didukung oleh pelatihan bagi pedagang dan pengelola Pasar Omba Komi, sehingga pengguna dapat memahami cara mengelola data ternak, memproses pesanan, serta mengelola laporan penjualan melalui sistem yang telah dibangun.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmayunata, Y., Siswati, L., & Arianto, A. (2023). Pemasaran ternak sapi Kota Pekanbaru dengan aplikasi berbasis web. *Informatika Mulawarman: Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer*, 17(1), 15. <https://doi.org/10.30872/jim.v17i1.6078>
- Dasopang, N. (2023). Jiemas e-commerce bisnis dan internet. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Syariah (JIEMAS)*, 2, 129–135. <https://jiemas.stai-dq.org/index.php/home>
- Taek, C. E. D. A., Manehat, D. J., Nani, P. A., & Rambing, D. H. (2026). Rancang bangun sistem informasi penjualan hewan di Kabupaten Sumba Barat. *KONSTELASI*, 3(1), 123–134.
- Ingriana, A., Chondro, J., & Rolando, B. (2024). Transformasi digital model bisnis kreatif: Peran sentral e-commerce dan inovasi teknologi di Indonesia. *JUMDER: Jurnal Bisnis Digital dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 1–21. <https://journal.dinamikapublika.id/index.php/JUMDER>
- Sugiyanti, L., Rabbil, M. Z., Oktavia, K. C., & Silvia, M. (2022). Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan UMKM. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 14(1), 111–123. <http://jdm.unnes.ac.id>
- Maghfiroh, N. (2022). Keberanian adalah panggilan untuk bertindak. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 2(1), 304.
- Mailasari, M. (2022). Metode waterfall pada sistem informasi penjualan perlengkapan hewan berbasis web. *Information Management for Educators and Professionals*, 2(2), 139–148.
- Mufliq, A., Qurratu, N. I., Zawawi, M. F. B., Cahyono, A. K. D., & Yulianti, F. E. (2025). Penerapan web-based map services dalam sistem informasi UMKM Desa Segoro Tambak untuk mendukung ekonomi lokal. *ILKOMNIKA: Journal of Computer Science and Applied Informatics*, 7(3), 437–450. <http://journal.unublitar.ac.id/ilkomnika>

- Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan media sosial Instagram BuddyKu sebagai sarana informasi terkini. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial*, 3(3), 626–635. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1124>
- Novita, B. M., & Nurfaizal, H. (2026). Qurban berbasis website pada Kelindo Farm dengan integrasi sistem pembayaran digital dan manajemen transaksi menggunakan metode rapid application development (RAD). *Jurnal Cendekia Indonesia*, 2(4), 1304–1313.
- Nurchayani, D., Sari, S. N., & Hermawan, A. (2023). Analisis perbandingan biaya pembangunan rumah konvensional 1 lantai tipe 40 menggunakan AHSP 2016 dan AHSP 2022 (Studi kasus: Rumah di Triharjo, Kabupaten Sleman). *Jurnal Ilmiah Teknik Unida*, 4(1), 191–202. <https://doi.org/10.55616/jitu.v4i1.577>
- Handayani, R. S., Diva, G. A., Hermansyah, E. N., & Siswati, A. (2025). Transformasi digital e-commerce di era post-pandemic: Analisis tren dan dampak pada perilaku konsumen Indonesia. *Jurnal Informatika dan Kesehatan*, 2(2), 108–117. <https://doi.org/10.35473/ikn.v2i2.3704>
- Simbolon, S. (2023). Perancangan e-commerce jual-beli hasil peternakan berbasis web. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 4(1), 173–181. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i3.408>
- Wibowo, S. (2019). Strategi pemasaran dalam mengatasi ketergantungan pelanggan utama di PT Adi Jaya Nusantara Perkasa. *Tjyybjb.Ac.Cn*, 27(2), 58–66.
- Yuhana, A. N., & Aminy, F. A. (2022). Optimalisasi peran guru Pendidikan Agama Islam sebagai konselor dalam mengatasi masalah belajar siswa. *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 7(1), 79. <https://doi.org/10.36667/jppi.v7i1.357>