

# **APLIKASI E-DAGANGAN PERALATAN KAMERA BERASASKAN WEB**

Seow Wei Ren  
Dr Saidah Saad

*Fakulti Teknologi & Sains Maklumat, Universiti Kebangsaan Malaysia*

## **ABSTRAK**

Tujuan projek ini adalah untuk membangunkan sistem e-dagang berasaskan web yang melibatkan penjualan kamera. Tujuan utama sistem ini adalah untuk menyediakan platform bagi pengguna untuk membeli atau mencari produk yang dikehendaki mereka. Sistem ini akan membantu menjimatkan masa pengguna untuk membeli produk yang dikehendaki dan juga memberikan pengguna penerangan tentang produk tersebut. Dengan menjual dalam bentuk e-dagang, ia akan membantu menjimatkan kos dan memberikan membolehkan penjual untuk memberikan harga yang lebih baik kepada pengguna. Sistem ini akan dibangunkan menggunakan HTML5 sebagai bahasa pengaturcaraan dan phpMyAdmin sebagai pangkalan data. Terdapat 2 jenis pengguna dalam sistem ini yang merupakan pengguna biasa (pelanggan) dan pengguna berdaftar (ahli)

## **1 PENGENALAN**

Pada masa kini, cara manusia membeli-belah telah berubah secara dramatik. Selain membeli-belah di kedai dan hipermarket, pengguna dapat membeli-belah melalui Internet (Ming-Hsiung Hsiao, 2008) Bilangan pengguna yang menggunakan Internet untuk membeli barangan dan perkhidmatan pengguna semakin meningkat. Disebabkan peningkatan bilangan kedai atas talian di dalam masyarakat, jumlah orang yang membeli melalui kedai akan berkurang. Pengguna membeli-belah melalui internet tidak hanya disebabkan oleh kegunaan dan keseronokannya, tetapi juga oleh faktor-faktor lain seperti sifat pengguna, faktor keadaan, pengalaman membeli-belah dalam talian yang terdahulu, dan kepercayaan

dalam membeli-belah dalam talian (Monuwe et.al, 2004) Contoh sifat pengguna adalah umur pengguna. Ini adalah kerana, pengguna yang lebih muda lebih berminat dengan penggunaan internet untuk mencari produk mereka. Faktor keadaan adalah seperti tekanan masa, kekurangan mobiliti, jarak, keperluan untuk item khas. Pengguna juga dipengaruhi oleh pengalaman lepas mereka. Jika mereka mempunyai pengalaman yang baik semasa membeli melalui internet, maka mereka teruskan untuk membeli di internet pada masa akan datang. Untuk pengguna faktor kepercayaan adalah penting untuk menentukan sama ada mereka akan membeli melalui internet atau tidak. Ini adalah kerana mereka akan menanggung risiko apabila membeli melalui internet.

Kebaikan kedai atas talian adalah, melalui internet pengguna dapat menjimatkan masa mereka. Pengguna dapat membeli produk yang dikehendaki mereka dengan satu klik di laman web dan tunggu untuk kedatangan produk tersebut. Kedai atas talian memberi pengguna pelbagai jenis produk yang tidak dapat ditawarkan di dalam satu kedai sahaja. Pengguna tidak perlu membuang masa untuk mencari satu demi satu kedai untuk sesuatu produk. Terdapat juga beberapa produk yang unik hanya ditawarkan di kedai atas talian. Melalui kedai atas talian, pengguna juga boleh membaca pandangan daripada pengguna lain terhadap produk tersebut. Ini dapat menolong pengguna untuk mengenali lebih mendalam terhadap produk tersebut (Sarkar, Das, 2017).

## **2 PENYATAAN MASALAH**

Kini terdapat banyak kedai kamera. Kita boleh mencari kedai kamera di hampir semua pusat membeli-belah. Setiap kedai kamera mempunyai jumlah inventori yang terhad. Ini menyebabkan mereka hanya mempunyai model kamera yang tertentu sahaja. Pengguna perlu menghabiskan masa mereka mencari setiap kedai untuk model mereka kehendaki. Di dalam kes di mana kedai tidak mempunyai stok untuk model yang dikehendaki, pengguna perlu mencari lagi di kedai kamera lain dan akan menghabiskan masa mereka bagi proses pencarian tersebut. Pengguna juga susah untuk membuat perbandingan antara kamera di kedai.

Terdapat juga pelanggan yang tidak mengetahui tentang spesifikasi kamera yang mereka ingin beli. Ini akan mengelirukan mereka semasa proses mencari kamera untuk dibeli. Apabila mereka tidak jelas tentang spesifikasi kamera tersebut, mereka mungkin akan menyesal apabila mereka membeli kamera tersebut apabila ia tidak memenuhi jangkaan mereka.

### **3 OBJEKTIF KAJIAN**

Usulan projek ini adalah untuk membina satu aplikasi e-dagangan peralatan kamera berasaskan web yang boleh membantu pengguna untuk mencari serta membeli kamera yang dikehendaki tanpa membuang masa mereka.

### **4 METOD KAJIAN**

Metodologi yang digunakan dalam projek ini adalah model air terjun. Model ini dipilih disebabkan oleh ia sangat mudah difahami dan digunakan. Dalam model ini, setiap fasa perlu diselesaikan sebelum fasa seterusnya boleh bermula dan tidak ada pertindihan dalam fasa. Antara fasa-fasa dalam model ini adalah berikut:

#### **4.1 Fasa Keperluan:**

Fasa ini mengumpul dan menganalisis maklumat untuk melihat sama ada projek ini boleh dilaksanakan. Semua maklumat yang diperlukan untuk membina laman web ini akan dikumpulkan.

#### **4.2 Fasa Reka Bentuk**

Fasa ini akan menggunakan maklumat yang dikumpul di fasa pertama. Tujuan fasa ini adalah untuk mengenalpasti tindakan yang perlu diambil untuk membina reka bentuk untuk laman web projek ini.

#### **4.3 Fasa Pelaksanaan**

Fasa ini akan membuat kod yang diperlukan untuk membina laman web ini. Reka bentuk yang dibuat di fasa kedua akan digunakan di fasa ini.

#### **4.4 Fasa Ujian**

Fasa ini akan menguji pengkodean yang telah dilakukan. Fasa ini akan menguji laman web jika terdapat kesilapan yang berlaku masa menggunakan laman web tersebut.

#### **4.4 Fasa Penyelenggaraan**

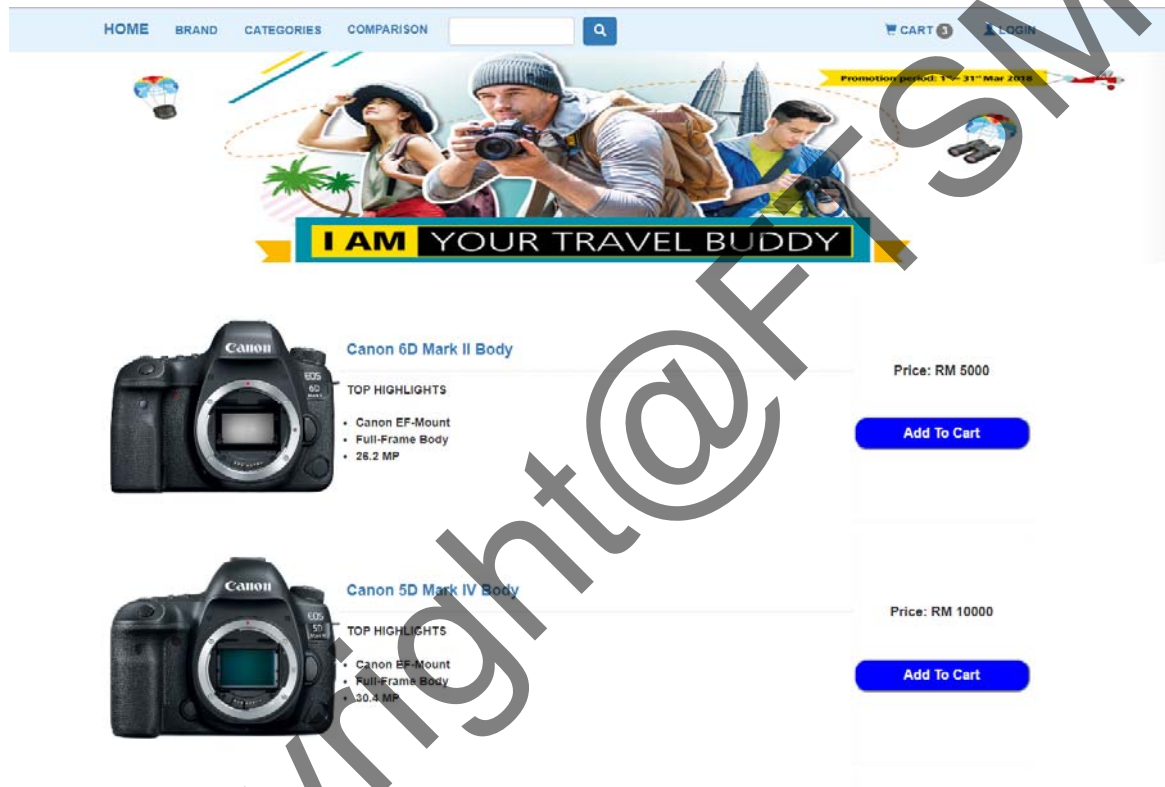
Fasa ini akan melibatkan pengguna untuk menggunakan laman web ini. Komen daripada pengguna akan dikumpul dan untuk masalah yang timbul, penyelesaian akan disediakan untuk mengatasi masalah tersebut.

### **5 HASIL KAJIAN**

Bahagian ini membincang hasil daripada proses pembangunan aplikasi e-dagangan peralatan kamera berasaskan web. Hasil kajian ini mengikut objektif kajian yang telah diperkenalkan iaitu membangunkan aplikasi e-dagangan yang boleh membantu pengguna untuk mencari kamera. Untuk mencapai objektif kajian ini, proses pembangunan telah dimulakan daripada semester I sehingga semester II. Proses reka bentuk antara muka telah dicapai berdasarkan spesifikasi keperluan sistem (SRS). Proses pembangunan ini menggunakan sublime text 3 untuk proses pengkodan dan bahasa pengaturcaraan yang telah digunakan adalah HTML5, PHP, JavaScript dan JQuery. PhyMyAdmin telah digunakan sebagai pangkalan data untuk system ini.

## 5.1 ANTARA MUKA UTAMA

Pengguna boleh memilih produk yang mereka berminat daripada halaman utama sistem ini. Di halaman ini, setiap produk yang terdapat di dalam pangkalan data akan dipaparkan untuk kegunaan pengguna.



The screenshot shows the homepage of an e-commerce website. At the top, there is a navigation bar with links for HOME, BRAND, CATEGORIES, and COMPARISON, along with a search bar and a shopping cart icon. Below the navigation bar is a large banner image with the text "I AM YOUR TRAVEL BUDDY" and a promotion period of "1st - 31st Mar 2018". The banner features a man taking a photo of a woman and a child. Below the banner, two Canon camera models are displayed:

- Canon 6D Mark II Body**
  - Price: RM 5000
  - TOP HIGHLIGHTS
    - Canon EF-Mount
    - Full-Frame Body
    - 26.2 MP
  - Add To Cart
- Canon 5D Mark IV Body**
  - Price: RM 10000
  - TOP HIGHLIGHTS
    - Canon EF-Mount
    - Full-Frame Body
    - 30.5 MP
  - Add To Cart

## 5.2 ANTARA MUKA LOG MASUK AKAUN

Pengguna perlu log masuk ke dalam akaun mereka sebelum membeli produk daripada sistem ini. Jika mereka tidak memasuki akaun mereka, mereka masih boleh tetap memasukkan produk yang dikehendaki mereka ke dalam "cart" dan log masuk pada waktu checkout.

## 5.3 ANTARA MUKA PENDAFTARAN AKAUN

Pengguna dikehendaki untuk mendaftar akaun sekiranya mereka berminat untuk membeli produk tersebut. Selepas pendaftaran pengguna boleh log masuk ke dalam akaun mereka.



## 5.4 ANTARA MUKA PERBANDINGAN PRODUK

Pengguna boleh menggunakan fungsi perbandingan yang telah disediakan untuk membanding antara dua produk. Fungsi ini akan memaparkan spesifikasi dua produk yang telah dipilih untuk kegunaan pengguna.

HOME BRAND CATEGORIES COMPARISON

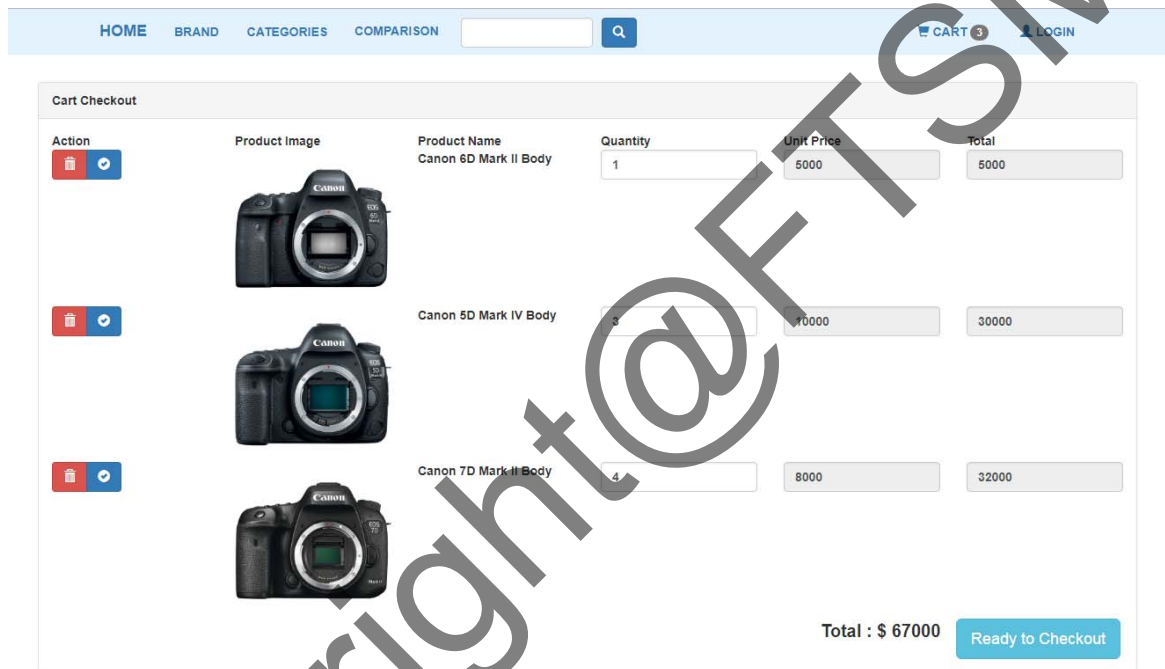
Select First Product: Canon 7D Mark II Body

Select Second Product: Nikon D850 Body










MODEL		MODEL	
NAME	Canon 7D Mark II Body	NAME	Nikon D850 Body
CAMERA MOUNT	Canon EF & Canon EF-S	CAMERA MOUNT	Nikon F-Mount
CAMERA FORMAT	APS-C (Crop Body)	CAMERA FORMAT	Full-Frame Body
MEGAPIXEL	20.2 MP	MEGAPIXEL	45.7 MP
AF SYSTEM	Auto, Manual, Continuous Auto	AF SYSTEM	Multi-CAM 20K 153-Point
VIDEO MODE	Full HD Video at 60 fps	VIDEO MODE	8K Time-Lapse, Negative Digitizer Mode
LCD TYPE	3.0" 1.04m-Dot ClearView II	LCD TYPE	3.2" 2.36m-Dot Tilting Touchscreen LCD

## 5.5 ANTARA MUKA CART

Pengguna boleh memasuki halaman cart untuk menukar bilangan produk yang mereka hendak beli. Selepas mereka memeriksa semula pilihan mereka, mereka boleh checkout melalui butang yang telah disediakan. Sekiranya pengguna tidak log masuk kedalam akaun mereka, sistem akan membawa mereka ke halaman log masuk dahulu.



The screenshot displays a shopping cart interface with a navigation bar at the top containing links for HOME, BRAND, CATEGORIES, and COMPARISON, along with a search bar and a CART icon showing 3 items. The main content area is titled 'Cart Checkout' and features a table with the following data:

Action	Product Image	Product Name	Quantity	Unit Price	Total
 		Canon 6D Mark II Body	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="5000"/>	<input type="text" value="5000"/>
 		Canon 5D Mark IV Body	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="10000"/>	<input type="text" value="30000"/>
 		Canon 7D Mark II Body	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="8000"/>	<input type="text" value="32000"/>

At the bottom right of the cart, the total price is displayed as 'Total : \$ 67000' next to a blue 'Ready to Checkout' button.



## 6 KESIMPULAN

Secara keseluruhannya, sistem ini dijangka untuk membantu pengguna untuk mencari peralatan kamera dengan lebih sedang dengan menggunakan fungsi yang telah disediakan. Fungsi ini memainkan peranan untuk membantu pengguna lebih mengenali terhadap peralatan kamera tersebut sebelum membeli. Namun sistem ini juga masih mempunyai banyak kelemahan yang boleh dibaiki pada masa depan supaya sistem ini dapat membantu pengguna dengan lebih mendalam.

## 7 RUJUKAN

Ming-Hsiung Hsiao (2008) Shopping mode choice: Physical store shopping versus e-shopping.

<https://pdfs.semanticscholar.org/fb0f/2daa111f7b519939d55f08e0b30c96d97022.pdf>

Ton~ita Perea y Monsuwe', Benedict G.C. Dellaert and Ko de Ruyter (2004) What drives consumers to shop online?

<https://cris.maastrichtuniversity.nl/portal/files/1699965/guid-0aab098f-f6b5-4e76-b5a7-2d1749b8b254-ASSET1.0>

Raja Sarkar, Dr.Sabyasachi Das (2017) Online shopping vs offline shopping : A comparative study. <http://ijsrst.com/paper/841.pdf>

<https://webfoundation.org/about/vision/why-the-web/>. Retrieved Oct 17, 2017

Jo Kibbee, The World Wide Web As An Information Resource: Pitfalls and Potential

<http://web.simmons.edu/~chen/nit/NIT%2796/96-151-Kibbee.html>. Retrieved

Oct17,2017

Justin Smith, How Does an eCommerce Website Work and What is an eCommerce Website? [https://www.outerboxdesign.com/web-design-articles/e-commerce\\_websites](https://www.outerboxdesign.com/web-design-articles/e-commerce_websites). Retrieved Oct 30, 2017.

<https://www.ukessays.com/essays/information-technology/a-brief-history-of-e-commerce-information-technology-essay.php>. Retrieved Oct 30, 2017.

Gary Marshall (28th September 2017), HTML: what is it? <http://www.techradar.com/news/internet/web/html5-what-is-it-1047393>. Retrieved Oct 30, 2017.

Copyright@FTSM