

PENERAPAN *E-COMMERCE* UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN PASAR PADA TOKO BATIK MARISSA DENGAN MENGGUNAKAN METODE *BUSINESS MODEL CANVAS*

Wahyu Aprilian Putra¹⁾, Lauw Li Hin²⁾

Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260
E-mail: waprilianputra@gmail.com¹⁾, lihin@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

Toko Batik Marissa merupakan salah satu toko yang bergerak di bidang fashion batik yang menjual kemeja baik itu lengan pendek maupun lengan panjang untuk laki-laki dewasa dan berbagai pakaian untuk wanita dewasa dengan berbagai ukuran. Peneliti menemukan berbagai permasalahan dari hasil wawancara maupun observasi langsung yang dilakukan diantaranya kurangnya media promosi, pelayanan kurang maksimal dikarenakan kurangnya mengetahui informasi produk yang tersedia maupun yang tidak tersedia, kurang optimalnya penjualan yang hanya dapat dilakukan dengan mendatangi langsung ke toko, serta tidak adanya laporan yang dapat dimanfaatkan guna mengembangkan Toko Batik Marissa. Oleh karena itu, untuk memecahkan permasalahan yang ada saat ini, peneliti akan membuat sistem informasi penjualan berbasis online dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas. Dengan adanya sistem ini peneliti mengharapkan dapat membantu Toko Batik Marissa dalam memperluas jangkauan promosi, mempermudah dalam memberikan informasi yang berkaitan dengan produk yang tersedia, mempermudah customer dalam melakukan proses pemesanan, serta membantu pemilik untuk pengambilan keputusan guna mengembangkan Toko Batik Marissa. Hasil yang didapatkan peneliti yaitu jangkauan promosi semakin luas, informasi yang didapatkan pelanggan lebih lengkap dan lebih mudah, pelanggan tidak perlu lagi datang ke toko untuk melakukan pemesanan, serta memudahkan pengambilan keputusan dengan adanya laporan yang diinginkan.

Kata kunci: *e-commerce, business model canvas, batik.*

1. PENDAHULUAN

Dengan sudah banyaknya perusahaan yang sudah menggunakan *e-commerce* dalam menunjang usahanya, hal ini membuktikan bahwa internet sudah menjadi hal yang penting untuk bertransaksi dalam penggunaannya. Dalam bentuk dunia perbisnisan, saat ini *website* berbentuk *e-commerce* sudah menjadi kebutuhan yang sangat maju dan memudahkan dalam pemanfaatannya. Seiring dalam kemajuan bisnis sekarang ini *e-commerce* sudah menjadi suatu kebutuhan yang dapat meningkatkan serta memenangkan persaingan bisnis dan penjualan produk. Melalui jaringan ini pula, *customer* juga bisa berinteraksi dan berperan secara aktif dalam proses penjualan produk tanpa terhalang tempat dan waktu. Batik Marissa merupakan sebuah toko yang sudah berdiri sejak 15 tahun yang lalu. Batik Marissa menjual batik hasil menjahit sendiri. Dengan kurangnya media promosi yang dilakukan Toko Batik Marissa, menyebabkan penjualan tidak maksimal karena pelanggan yang tidak terjangkau oleh toko tidak mengetahui produk yang ditawarkan.

Dari penjelasan diatas maka dibuatkan sistem *e-commerce* dengan memanfaatkan internet dalam penjualan dan juga proses bisnisnya sehingga dapat digunakan kapan dan dimana saja oleh *customer* sehingga jangkauan penjualan jadi semakin luas dan dengan dilaksanakannya penelitian ini peneliti mengharapkan mampu menciptakan sebuah media penjualan berbasis *online* sehingga jika sistem ini diterapkan pada Toko Batik Marissa mampu

meningkatkan pelayanan penjualan terutama pada penawaran produk.

Adapun permasalahan yang peneliti temukan, yaitu kurangnya media promosi dikarenakan promosi hanya dapat dilakukan di toko, sehingga *customer* yang tidak terjangkau oleh toko tidak mengetahui, sulitnya untuk mengetahui informasi produk, sehingga *customer* kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan, penjualan kurang optimal, karena *customer* hanya dapat melakukan pembelian dengan mengunjungi langsung ke toko, tidak terdapat laporan yang dibuat secara spesifik, sehingga mengakibatkan kurangnya dalam pengambilan keputusan untuk mengembangkan Toko Batik Marissa.

Tujuan dengan mengadakan penelitian ini yaitu untuk memperluas jangkauan dalam mempromosikan produk, menyediakan informasi produk yang dibutuhkan oleh para *customer*, *customer* mudah dalam melakukan proses pembelian tanpa harus mengunjungi ke toko, membuatkan laporan yang dapat dimanfaatkan pemilik untuk pengembangan Toko Batik Marissa. Dan manfaat dari penulisan tugas akhir ini, diharapkan agar penjualan yang terjadi di Toko Batik Marissa dapat meningkat dari yang sebelumnya sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan dari kemajuan dalam segi promosi.

Teknologi yang sedang di minati untuk melakukan pembelian dan penjualan barang dan jasa melalui internet disebut dengan *E-Commere*. Cara belanja secara *online* yang dimana saat ini menggunakan internet telah menjadi bagian dalam

kehidupan sehari-hari yaitu *E-Commerce*. Hampir semua orang mendapatkan kemudahan melalui internet [1].

Sebuah proses atau cara yang digunakan oleh pembuat *website* dengan menggunakan prinsip-prinsip dasar pencarian sebuah mesin pencari agar dapat terindeks di halaman utama mesin pencari dan dapat berguna juga untuk meningkatkan jumlah kunjungan ke *website* disebut dengan *Search Engine Optimization* (SEO) [5].

Persetujuan antara penjual dan pembeli, yang dimana penjual menawarkan sebuah produk kepada pelanggan dengan harga tertentu atau dengan harga yang telah disepakati antara penjual dan pelanggan disebut dengan penjualan [3].

Pengertian batik adalah suatu proses menggambar pada sebuah kain, yang dimana menggunakan cara teknik tutup celup dengan menggunakan bahan lilin atau malam sebagai perintang, dan zat pewarna untuk kain [2].

Website atau situs adalah kumpulan beberapa halaman yang menampilkan informasi berupa data *text*, data *image* diam atau gerak, data animasi, suara, video atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang berbentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman [4].

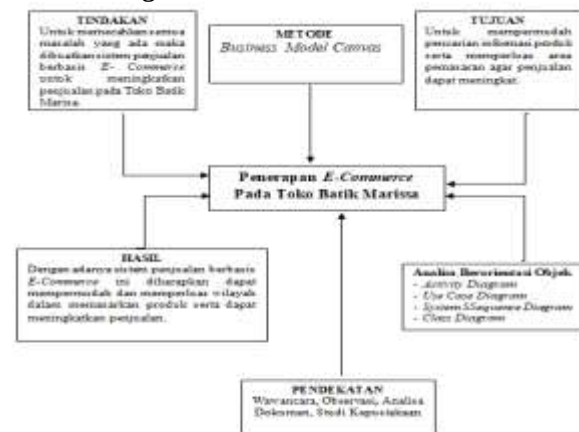
Penelitian yang dilakukan oleh [1], adalah Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Untuk Peningkatan Penjualan dan Daya Saing Usaha Pada Umkm (Studi Kasus di HF Batik Putra Wiradesa). Penelitian ini bertujuan yaitu untuk merancang dan mengembangkan sistem informasi penjualan berbasis *online* (*E-Commerce*) yang bisa diterapkan dan sesuai dengan kebutuhan HF Batik Putra.

Penelitian yang dilakukan oleh [4], adalah Penggunaan Aplikasi CMS Wordpress Untuk Merancang Website Sebagai Media Promosi pada Maroon Wedding Malang. Penelitian ini bertujuan yaitu untuk membuat *website* yang berkaitan dengan media promosi menggunakan aplikasi CMS Wordpress.

Penelitian yang dilakukan oleh [6], adalah Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online (*E-Commerce*) pada CV Selaras Batik Menggunakan Analisis Deskriptif. Penelitian ini bertujuan yaitu dapat meminimalkan *service cost* dalam rangka peningkatan mutu dari kualitas sebuah produk yang ditawarkan, serta meningkatkan kecepatan pelayanan terhadap *customer*.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Gambar 1 merupakan langkah-langkah proses tahapan penelitian.

Untuk menganalisa permasalahan yang terdapat pada Toko Batik Marissa maka peneliti melakukan pendekatan dengan melakukan wawancara, observasi, analisa dokumen, serta dari studi kepustakaan sehingga peneliti dapat mengetahui masalah apa saja yang terdapat pada Toko Batik Marissa dan metode yang digunakan peneliti adalah dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. Tindakan peneliti untuk memecahkan permasalahan yang ada maka dibuatkan sistem penjualan berbasis *E-Commerce* yang bertujuan untuk mempermudah pencarian informasi produk serta memperluas area pemasaran agar penjualan dapat meningkat.

2.2. Analisa Pengumpulan Data

Dalam menyelesaikan penelitian, peneliti membutuhkan data yang dihubungkan dengan topik yang dibahas. Metode penelitian yang diterapkan peneliti dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1) Observasi

Suatu cara pengumpulan data dengan cara pengamatan dengan menggunakan pencatatan langsung yaitu untuk mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan sistem penjualan pada Toko Batik Marissa, untuk didapatkannya data dan informasi yang akurat.

2) Wawancara

Cara mengumpulkan data yang dilaksanakan dengan cara bertanya jawab secara langsung dengan pemilik toko yang bersangkutan mengenai proses bisnis yang sedang berjalan kepada Toko Batik Marissa.

3) Analisa Dokumen

Cara mengumpulkan data untuk penelitian dengan mencari berupa informasi berdasarkan dokumen berjalan yang berkaitan agar dapat diperoleh informasi yang terkait dengan kebutuhan sistem yang akan dibuat.

4) Studi Pustaka

Tugas akhir ini melakukan studi kepustakaan dari bermacam buku serta referensi lain yang terkait dengan permasalahan yang diamati. Selain itu juga mencari informasi tambahan melalui jaringan internet.

2.3 Metodologi Analisa Sistem

Dalam penelitian kali ini, Peneliti menggunakan sebuah metode kualitatif, dalam penyajiannya peneliti memberikan gambaran model bisnis dengan menggunakan *Business Model Canvas*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Business Model Canvas



Gambar 2. Business Model Canvas

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti di lapangan, wawancara, pengamatan langsung dan hasil pembahasan, diperoleh bahwa elemen *Business Model Canvas* yang perlu dilakukan oleh Toko Batik Marissa yaitu:

1.) Customer Segments

Produk Batik Marissa ditawarkan dengan segmen pasar untuk laki-laki dewasa dan wanita dewasa.

2.) Value Propositions

Keunggulan beserta nilai lebih produk Batik Marissa yang ditawarkan ke pelanggan Batik Marissa yaitu prima dari semua produk yang dihasilkan, produk tahan lama (baik warna maupun kekuatan kain), produk hasil jahit sendiri.

3.) Channels

Cara yang dilakukan Batik Marissa dalam memasarkan produknya dengan cara memasarkan langsung di toko, melalui website, serta sosial media.

4.) Customer Relationship

Cara yang dilakukan Batik Marissa untuk membangun dan menjaga hubungan dengan pelanggan adalah memiliki tempat untuk pengenalan produk (*website* dan *whats app*), membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan ketika bertatap muka, menyediakan layanan keluhan pelanggan.

5.) Revenue Streams

Sumber pemasukkan di Toko Batik Marissa berasal dari penjualan produk, baik itu penjualan langsung dari toko maupun lewat *website*.

6.) Key Activities

Aktivitas penting yang dilakukan untuk keberlangsungan Toko Batik Marissa yaitu proses menjahit bahan, pemasaran dan promosi melalui toko, *website*, dan *whats app*.

7.) Key Resource

Sumber daya yang dibutuhkan Batik Marissa untuk menghasilkan produk dan menghantarkannya melalui channel dan menjaga relasi dengan pelanggan adalah berupa merek produk sendiri, penjahit yang terlatih, letak toko strategis, alat-alat produksi, serta jejaring sosial yang luas.

8.) Key Partnership

Partner yang terlibat dalam aktivitas bisnis Toko Batik Marissa yaitu *supplier* kain batik dan *supplier* alat dan bahan jahit.

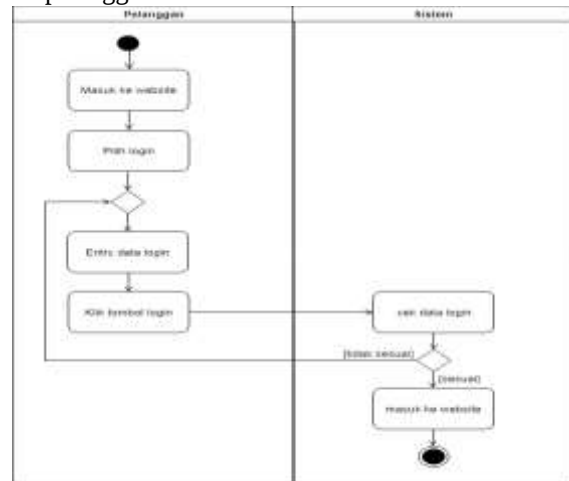
9.) Cost Structure

Biaya yang ditimbulkan dalam proses bisnis yang dilakukan Toko Batik Marissa meliputi biaya bahan baku, biaya menjahit, biaya sewa toko, dan biaya hosting.

3.2 Activity Diagram Usulan

a) Activity Diagram Login Pelanggan

Pelanggan yang ingin memesan produk harus mendaftar akun untuk login ke *website* terlebih dahulu dengan cara pelanggan masuk ke *website* klik *register* kemudian *entry* data *register* setelah selesai kemudian klik tombol *register* maka sistem akan menyimpan data tersebut dan akan mengirimkan notifikasi email ke pelanggan.



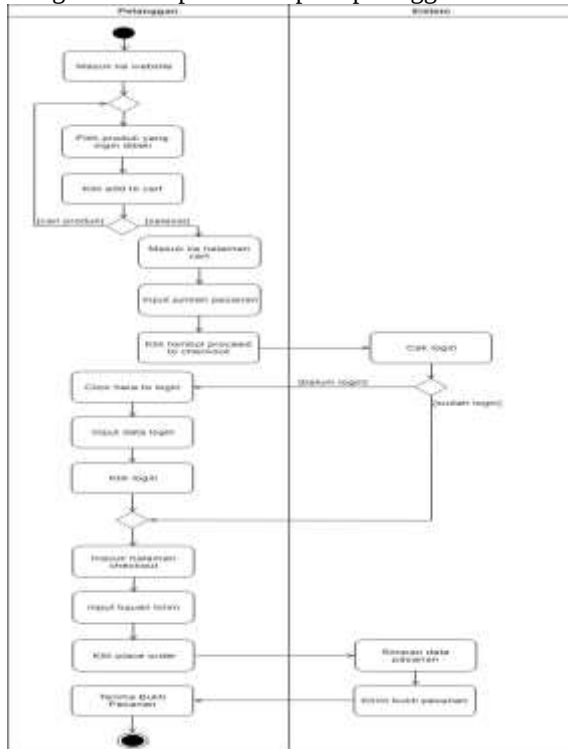
Gambar 3. Activity Diagram Login Pelanggan

Gambar 3 merupakan proses *activity diagram* pendaftaran pelanggan.

b) Activity Diagram Pemesanan

Proses pemesanan produk dilakukan dengan cara pelanggan masuk ke *website* kemudian pelanggan memilih produk yang ingin dipesan dan kemudian klik *add to cart*, jika pelanggan ingin melanjutkan pemesanan maka pelanggan memilih produk lagi untuk di pesan tapi jika sudah selesai maka pelanggan bisa masuk kehalaman *cart* dan meng-*input* jumlah produk yang ingin dipesan, setelah itu klik *proceed to*

checkout. Kemudian sistem akan cek *login* pelanggan, jika pelanggan belum *login* maka pelanggan klik *here to login* untuk *login* terlebih dahulu dan jika sudah *login* maka akan masuk kehalaman *checkout*, kemudian pelanggan diharuskan *entry* tujuan kirim dan setelah itu klik *place order*, kemudian sistem akan mengirim bukti pesanan kepada pelanggan.

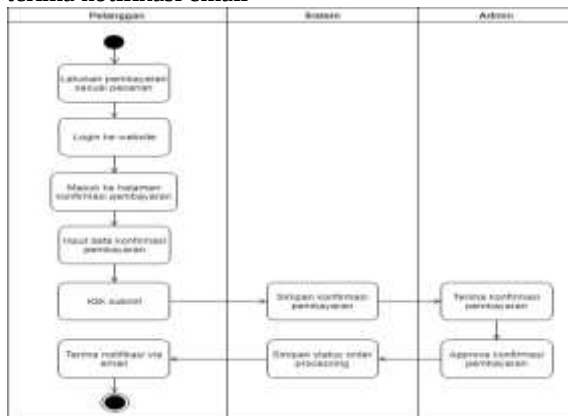


Gambar 4. Activity Pemesanan

Gambar 4 merupakan proses *activity diagram* pemesanan.

c) Activity Diagram Pembayaran

Setelah melakukan pembayaran, pelanggan *login* ke *website* dan masuk ke halaman konfirmasi pembayaran, kemudian *input* data konfirmasi pembayaran setelah itu klik *submit* dan sistem akan terima konfirmasi pembayaran dan kemudian *admin* cek konfirmasi pembayaran dan *admin* akan *approve* pembayaran maka demikian status order pelanggan otomatis berubah ke *processing* dan pelanggan akan terima notifikasi email

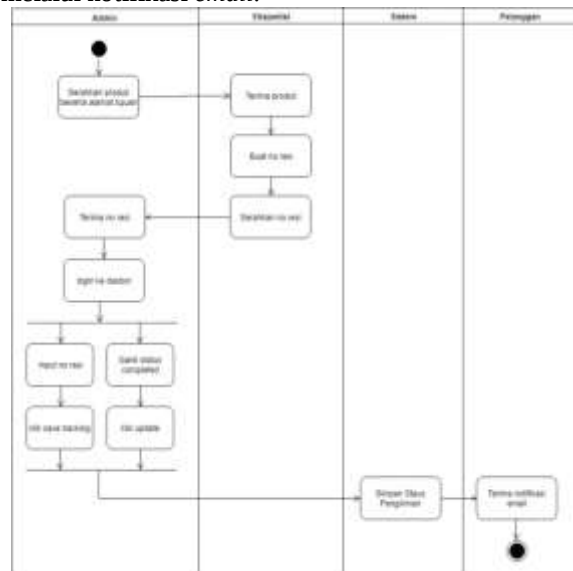


Gambar 5. Activity Diagram Pembayaran

Gambar 5 merupakan proses *activity diagram* pembayaran.

d) Activity Diagram Pengiriman

Serahkan produk yang juga beserta alamat pengiriman ke ekspedisi terkait, kemudian ekspedisi akan membuatkan no resi yang akan diserahkan ke *admin*, setelah itu *admin login* ke dasbor untuk *input* no resi dan ubah status *order completed* lalu di *update* dan pelanggan akan menerima pemberitahuan tersebut melalui notifikasi *email*.



Gambar 6. Activity Diagram Pengiriman

Gambar 6 merupakan proses *activity diagram* pengiriman.

d) Activity Diagram Pembuatan Laporan

Admin melakukan pembuatan laporan dengan cara *login* ke halaman admin kemudian masuk kehalaman laporan untuk mencetak laporan yang diperlukan.



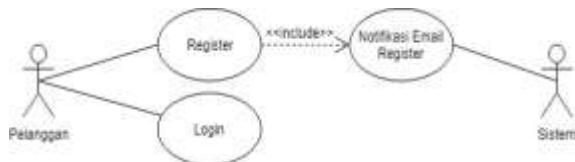
Gambar 7. Activity Diagram Pembuatan Laporan

Gambar 7 merupakan proses *activity diagram* pembuatan laporan.

3.3 Use Case Diagram

a) Use Case Diagram Master Pelanggan

Use Case disini menggambarkan pelanggan dapat registrasi serta *login*.

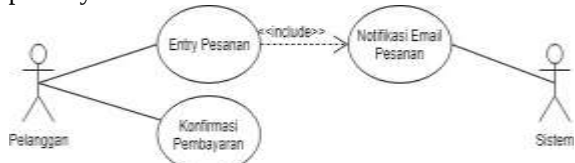


Gambar 8. Use Case Diagram Master Pelanggan

Gambar 8 merupakan proses *use case diagram* master pelanggan.

b) *Use Case Diagram Transaksi Pelanggan*

Use Case disini menggambarkan pelanggan dapat melakukan *entry* pesanan dan juga konfirmasi pembayaran.



Gambar 9. Use Case Diagram Transaksi Pelanggan

Gambar 9 merupakan proses *use case diagram* transaksi pelanggan.

c) *Use Case Diagram Transaksi Admin*

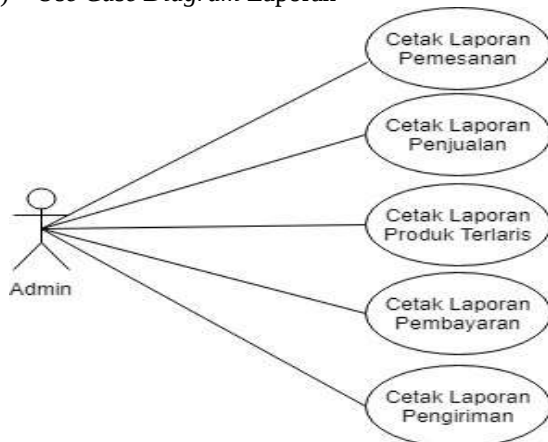
Use Case disini menggambarkan admin dapat melakukan melihat pesanan, verifikasi pembayaran, serta konfirmasi pengiriman kepada pelanggan.



Gambar 10. Use Case Diagram Transaksi Admin

Gambar 10 merupakan proses *use case diagram* transaksi admin.

d) *Use Case Diagram Laporan*



Gambar 11. Use Case Diagram Laporan

Gambar 11 merupakan proses *use case diagram* laporan.

3.4 Rancangan Layar

a) *Rancangan Layar Register dan Login Pelanggan*
Halaman ini muncul ketika pelanggan mengklik *login* dan *registrasi*.

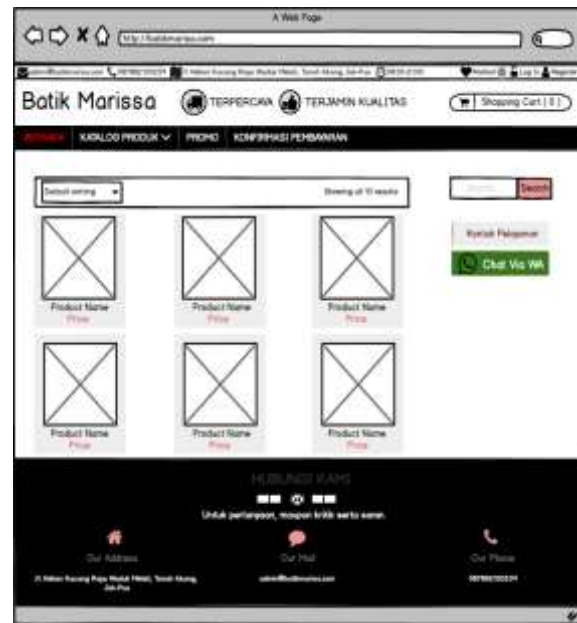


Gambar 12. Rancangan Layar Register dan Login

Gambar 12 merupakan rancangan layar *login* pada *website batikmarisa.com*

b) *Rancangan Layar Halaman Utama*

Halaman ini muncul ketika pelanggan mengunjungi *website batikmarisa.com*



Gambar 13. Rancangan Layar Halaman Utama

Gambar 13 merupakan rancangan layar beranda pada *website batikmarisa.com*

c) *Rancangan Layar Checkout*

Halaman *checkout* muncul ketika pelanggan mengklik tombol *checkout*, pada halaman *checkout* pelanggan dapat mengisi data diri serta alamat lokasi tujuan, untuk menampilkan metode pengiriman serta biaya pengiriman.

Gambar 14. Rancangan Layar Checkout

Gambar 14 merupakan rancangan layar *checkout* pada website batikmarisa.com

d) Rancangan Layar Konfirmasi Pembayaran

Halaman ini muncul ketika pelanggan mengklik menu konfirmasi pembayaran. Halaman ini digunakan pelanggan untuk mengkonfirmasi pembayaran yang telah dilakukan sebelumnya.

Gambar 15. Rancangan Konfirmasi Pembayaran

Gambar 15 merupakan rancangan layar konfirmasi pembayaran pada website batikmarisa.com

e) Rancangan Layar Halaman Pesanan

Halaman ini digunakan *admin* untuk melihat pesanan yang masuk.

Gambar 16. Rancangan Halaman Pesanan

Gambar 16 merupakan rancangan layar pesanan pada dashboard batikmarisa.com

f) Rancangan Layar Konfirmasi Pembayaran

Halaman ini digunakan *admin* untuk mengkonfirmasi pembayaran yang telah dilakukan pelanggan.

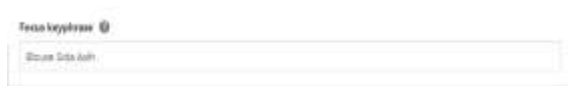
Gambar 17. Rancangan Konfirmasi Pembayaran

Gambar 17 merupakan rancangan layar konfirmasi pembayaran pada dashboard batikmarisa.com

3.5 Penerapan SEO

a) Focus Keyphrase

Tampilan *focus keyphrase* untuk menempatkan fokus pencarian di *search engine*.



Gambar 18. Focus Keyphrase

b) SEO Title

Tampilan *SEO title* mengandung *keyword* yang sesuai dengan *website*



Gambar 19. SEO Title

c) Meta Description

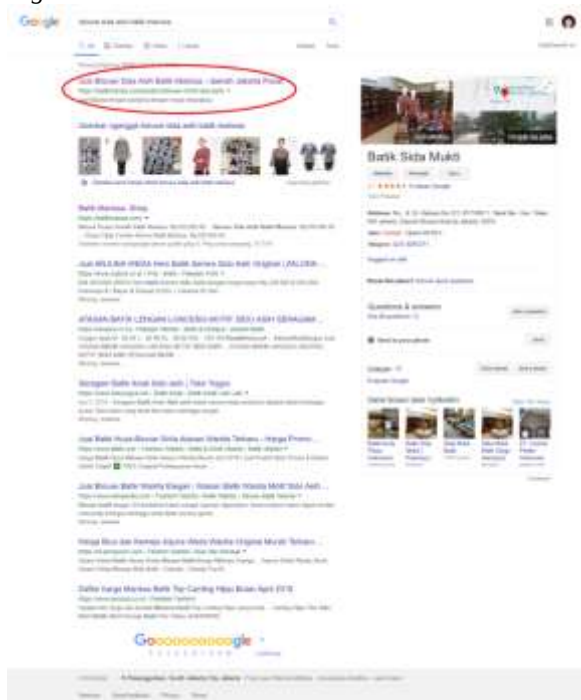
Meta description berfungsi untuk menempatkan keterangan singkat yang ada di *website*, sehingga bisa dilihat oleh user saat mencari informasi di *search engine*.



Gambar 20. Meta Description

d) Hasil Penerapan SEO

Dengan menerapkan *SEO* maka *website* akan ditampilkan di halaman pertama di pencarian *search engine*.



Gambar 21. Hasil Penerapan SEO

dalam proses pembelian tanpa harus mengunjungi toko secara langsung.

2. Dengan adanya *website e-commerce* ini dapat memberikan solusi untuk menjangkau pasar lebih luas dan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses bisnis pada Toko Batik Marissa.
3. Pelanggan lebih mudah dan dapat menghemat waktu serta biaya dalam melakukan pembelian produk pada Toko Batik Marissa.
4. Dengan diterapkan *website e-commerce* ini, dapat membuat laporan-laporan yang bisa bermanfaat bagi perencanaan dan pengambilan keputusan dalam pengembangan Toko Batik Marissa.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Muhandoko, A., "Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Untuk Peningkatan Penjualan dan Daya Saing Usaha Pada UMKM (Studi Kasus di HF Batik Putra Wiradesa)", *Surya Informatika*, Vol.5, no.1, pp. 17–23, November 2018.
- [2] Saraswati, N., Pamungkas, Y. H., "Paguyuban Batik Sekar Nitik Kebangsongo, Desa Trimulyo, Bantul Tahun 2000-2015: Tinjauan Sejarah Dan Perkembangannya", *e-Journal Pendidikan Sejarah*, Vol.4, no.3, pp. 593–608, Oktober 2016.
- [3] Siregar, V. M. M., "Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Produk", *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, vol.9, no.1, pp. 15–21, Juli 2018.
- [4] Soepono, B. and P, D. A., "Penggunaan Aplikasi CMS Wordpress Untuk Merancang Website Sebagai Media Promosi pada Maroon Wedding Malang", *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, dan Manajemen Bisnis*, vol.2, no.1, pp. 63–69, Juli 2014.
- [5] Triyanto, W. A. and Susanti, N., "Optimasi Meta Tag HTML untuk Meningkatkan Search Engine Optimization (SEO) pada Website E-Commerce UMKM", *Indonesian Journal on Networking and Security*, vol.6, no.4, pp. 1–5, 2017.
- [6] Himawan, H., Saefullah, Asep and Santoso, Sugeng, "Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online (E-Commerce) Pada CV Selaras Batik Menggunakan Analisis Deskriptif", *Scientific Journal of Informatics*, vol.1, no. 1, Mei 2014.

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian, maka peneliti mendapatkan beberapa hasil berupa kesimpulan diantaranya:

1. Menerapkan *e-commerce* pada Toko Batik Marissa ini bisa memberikan berupa informasi produk yang ada dan memudahkan pelanggan