

## MEMBANGUN WEBSITE E-COMMERCE PADA NYLSHOP DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS

Nur Azizah<sup>1)</sup>, Yudi Santoso<sup>2)</sup>

Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur  
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260  
E-mail : [nurazizaahs05@gmail.com](mailto:nurazizaahs05@gmail.com)<sup>1)</sup>, [yudi.santoso@budiluhur.ac.id](mailto:yudi.santoso@budiluhur.ac.id)<sup>2)</sup>

### Abstrak

*E-Commerce (Electronic Commerce) adalah suatu kegiatan penjualan produk barang atau jasa dengan menggunakan jaringan internet dan komputer. Masalah yang dapat ditemui kendala yang dihadapi seperti Produk lama tidak terjual, sehingga model lama yang dimiliki Nylshop selalu tersimpan di gudang. Kemudian pelanggan kesulitan dalam mencari produk yang akan dipesan sehingga tidak mengetahui informasi produk yang sudah habis. Metode yang digunakan adalah Business Model Canvas yang akan digunakan untuk menganalisis model bisnis Nylshop. Metode Analisis dan Perancangan E-Commerce ialah tahapan dimana perancangan e-commerce dilakukan menggunakan sistem UML. Metode implementasi e-commerce dilakukan sesudah serangkaian testing untuk memastikan program dapat dilakukan dengan baik. Metode Pengumpulan Data adalah sebuah metode yang dilakukan untuk mengumpulkan data-data penting dalam penelitian. Untuk mempermudah melihat pemesanan pelanggan. Dengan menerapkan E-Commerce diharapkan dapat meningkatkan penjualan terhadap produk pakaian nylshop.*

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

### 1. PENDAHULUAN

*E-Commerce (Electronic Commerce) adalah suatu kegiatan penjualan produk barang atau jasa dengan menggunakan jaringan internet dan komputer. Seluruh komponen yang ada dalam perdagangan menggunakan aplikasi E-Commerce seperti berjualan produk, cara bertransaksi. Hambatan dalam E-Commerce adalah suatu kepercayaan yang menghambat dalam perdagangan elektronik karena masyarakat lebih mempercayai menggunakan transaksi secara langsung, dimana kita dapat memastikan warna dan ukuran dengan nyata. Manfaat E-Commerce adalah perusahaan mampu menjangkau pasar lebih luas, karena pelanggan hanya dengan mengakses internet yang sangat mudah tanpa ada batasan tempat dan waktu.*

Berdasarkan dari latar belakang diatas maka dapat ditemui kendala yang dihadapi seperti hal-hal berikut ini: Produk lama tidak terjual, sehingga mengakibatkan produk lama yang dimiliki nylshop selalu tersimpan di gudang. Kesulitan dalam mencari produk yang akan dipesan dan pelanggan tidak mengetahui informasi produk yang sudah habis.

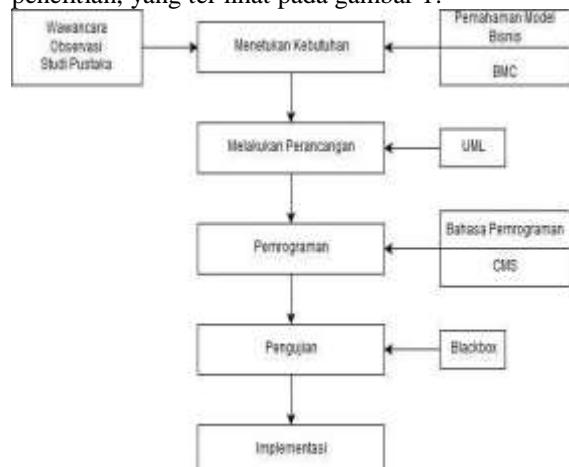
Ruang lingkup dari batasan masalah dalam pembuatan sistem ini, yaitu: setiap pelanggan yang ingin membeli pakaian melakukan *login* terlebih dahulu dan mengisi keranjang belanja dengan produk pakaian yang ingin dibeli selanjutnya melakukan pemesanan produk sesuai barang kemudian pelanggan melakukan pembayaran dan selanjutnya barang akan dikirim melalui ekspedisi.

Menurut penelitian yang berjudul “Perancangan E-Commerce Batik Pada Batik Banten” tujuan dari perancangan E-Commerce dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dengan adanya sistem informasi ini Batik Banten ingin memberikan pelayanan yang lebih baik untuk

konsumennya yaitu dengan cara membangun perancangan E-commerce pada Batik Banten. Adapun pengembangan sistem yaitu dengan metode waterfall. Dengan adanya perancangan sistem informasi ini akan sangat membantu konsumen dalam pembelian Batik. Konsumen bisa memesan Batik sesuai dengan pilihan tanpa harus pergi ke toko. Semua item yang dijual di Batik Banten termasuk stok dan jenis yang ada sudah tertera dalam aplikasi sistem informasi tersebut. Dan semua pesanan akan dikirim langsung ke tempat konsumen berada sesuai dengan pesanannya, selain itu dengan adanya sistem informasi ini diharapkan penjualan produk-produk dari Batik Banten bisa merambah keluar wilayah Banten.

### 2. METODE PENELITIAN

Peneliti membuat kerangka pemikiran dalam menjalankan langkah-langkah yang akan dilakukan. Berikut kerangka pemikiran yang dibuat di dalam penelitian, yang terlihat pada gambar 1:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran



## 6) *Key Resource*

Merupakan sumberdaya yang diperlukan nylshop dalam mencapai keberhasilannya.

## 7) *Key Partnership*

Merupakan suatu kerjasama antara nylshop dengan mitra. nylshop menjalin kerjasama dengan penjahit, bank, ekspedisi dan toko bahan.

## 8) Cost Structure

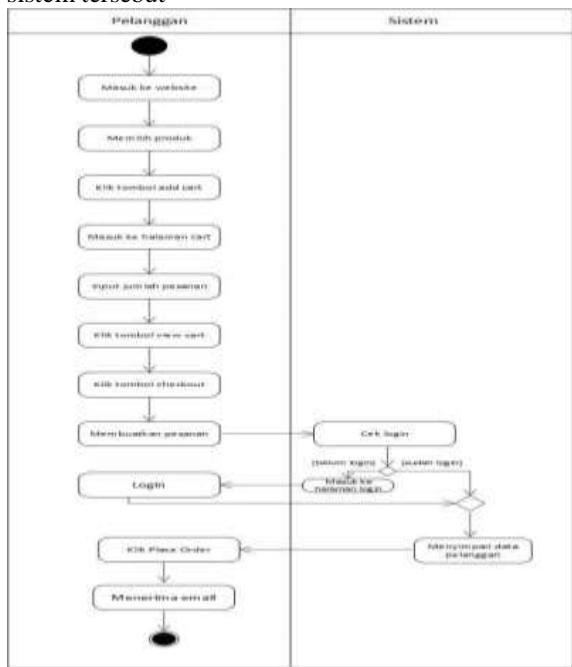
Merupakan biaya yang dikeluarkan nylshop dalam menjalankan usahanya.

## 9) *Revenue Streams*

Merupakan pendapatan atau profit yang didapatkan oleh nyshop dalam menjual produknya.

### 3.2 Analisis Proses Bisnis

Activity diagram menggambarkan aliran fungsionalitas dalam sistem. Pada gambar 3, merupakan proses pemesanan produk dilakukan dengan cara pelanggan masuk ke *website* lalu menyortir barang yang mau dibeli selanjutnya pilih tombol *add to cart* dan masuk ke halaman *cart* untuk input jumlah produk pesanan setelah itu klik *view cart* untuk menambahkan produk kedalam *cart* selesai memilih produk masuk ke dalam *cart* kemudian pelanggan klik *checkout* untuk membuat pesanan kemudian mengklik tombol *proceed to checkout*. Sistem akan mengecek pelanggan sudah *login* atau belum. Jika pelanggan sudah *login* dan memiliki akun maka pelanggan dapat mengklik *click here to login*, jika belum memiliki akun pelanggan dapat melakukan *register* terlebih dahulu. Lalu klik tombol *Place Order* Setelah pelanggan melakukan *order*, pelanggan menerima *email invoice order* dari sistem tersebut



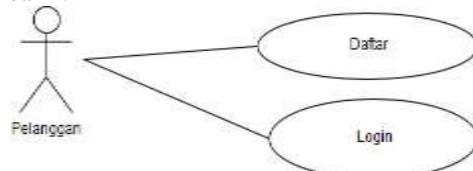
*Gambar 3. Activity Diagram Pemesanan*

### 3.3 Model Sistem Usulan

*Use case* mendeskripsikan interaksi antara *actor* pada sistem dengan sistemnya sendiri.

## 1. Use Case Diagram Master Pelanggan

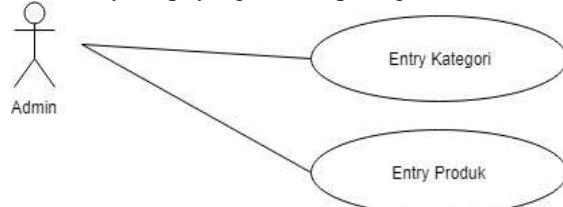
Use Case Diagram Master Pelanggan menggambarkan bahwa pelanggan dapat mendaftar dan login pada website nyishop, yang terlihat pada gambar 4:



*Gambar 4. Use Case Diagram Master Pelanggan*

## 2 Use Case Diagram Master Admin

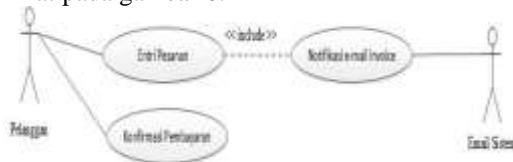
*Use Case Diagram* Master Admin menjelaskan maka Admin berhasil input kategori dan produk pada website nylshop, yang terlihat pada gambar 5:



Gambar 5. Use Case Diagram Master Admin

### 3. Use Case Diagram Transaksi Pelanggan

Use Case Diagram Transaksi Pelanggan berisi Entri Pesanan dan konfirmasi pembayaran, yang terlihat pada gambar 6:



*Gambar 6. Use Case Diagram Transaksi Pelanggan*

#### 4 Use Case Diagram Transaksi Admin

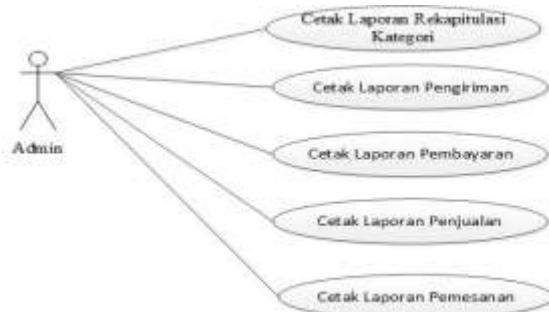
*Use Case Diagram* Transaksi Admin berisi View Pemesanan, View konfirmasi pembayaran dan konfirmasi peniriman. Pada *Use Case Diagram* transaksi ini terdapat aktor *admin*, yang terlihat pada gambar 7:



*Gambar 7. Use Case Diagram Transaksi Admin*

## 5. Use Case Diagram Laporan

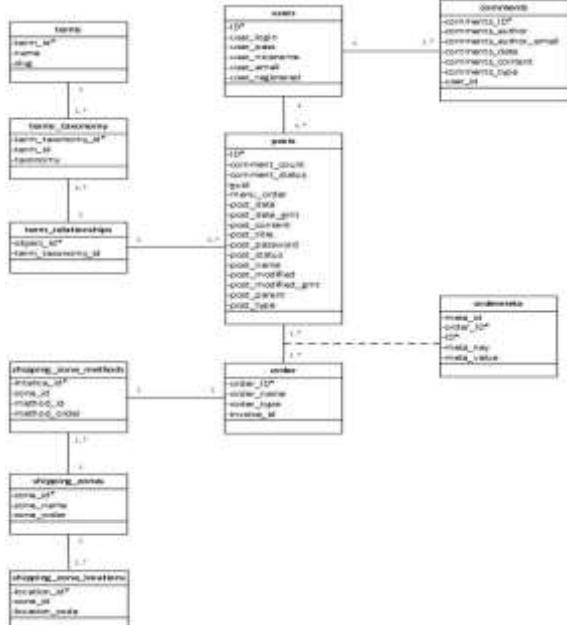
Use Case Diagram Laporan berisi Tampil Laporan Rekapitulasi kategori, Tampil Laporan Pemesanan, Tampil Laporan Penjualan, Tampil Laporan Pembayaran, dan Tampil Laporan Pengiriman maka *admin* dapat melihat laporan setiap bulannya, yang terlihat pada gambar 8:



*Gambar 8. Use Case Diagram Laporan*

### 3.4 Perancangan Basis Data

*Class Diagram* yang menggambarkan struktur dan deskripsi *class package* dan obyek yang berhubungan satu sama lain. Untuk lebih jelasnya terlihat pada gambar 9.

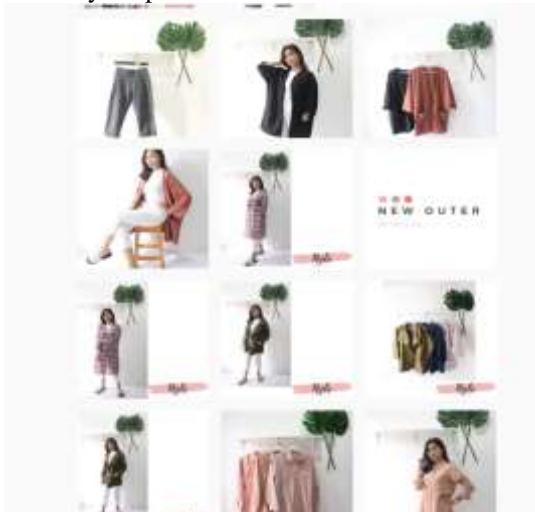


*Gambar 9. Class Diagram*

### 3.5 Hasil Website

a. Produk lama

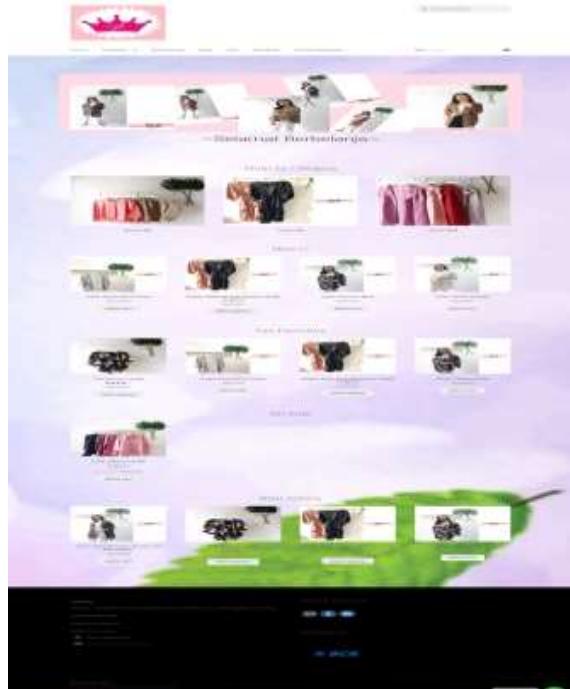
Pada Gambar 10 merupakan produk lama yang ada di nylshop



*Gambar 10. Produk Lama*

## b. Menu Utama

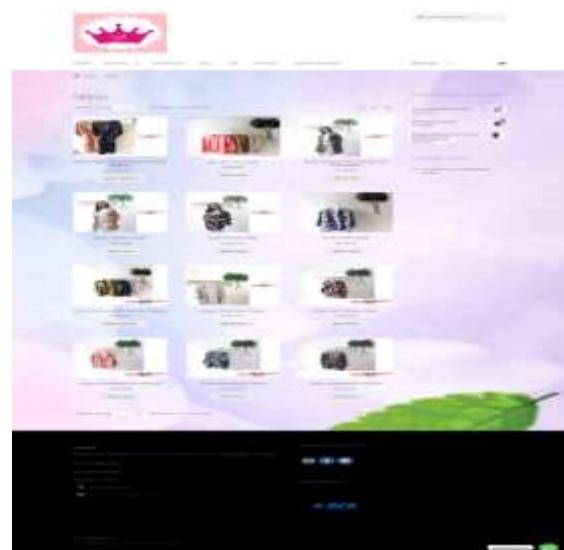
Gambar 11 menjelaskan apabila pelanggan ingin melihat produk pakaian dan ingin melakukan *registrasi* dan *login*.



*Gambar 11. Hasil Website Menu Utama*

### c. Hasil Web Pemesanan Pelanggan

Gambar 12 menjelaskan proses pelanggan untuk melakukan pemesanan pakaian pada website nylshop.



*Gambar 12. Hasil Web Pemesanan Pelanggan*

### 3.6 Strategi Seo dan Marketing

*Search Engine Optimization* adalah suatu cara untuk menaikkan ranking situs dalam daftar hasil pencarian *search engine*. Dengan kata lain, *SEO* membuat situs kita gampang dicari, popular dan terpercaya dan sangat membantu untuk meningkatkan penjualan pada *website* kita.

Berikut ini adalah cara yang digunakan untuk *SEO*:

1. Nama Produk dan Kata Kunci

Untuk memilih nama pada produk harus disesuaikan dengan kata kunci yang akan kita gunakan. Nama pada kata pencarian produk yang paling sering digunakan oleh mesin pencari yaitu seperti jual murah, berkualitas, dan original.

2. Deskripsi Produk

Pada deskripsi produk disesuaikan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan tidak memakai bahasa yang tidak dipahami karena akan membuat mesin pencari sulit untuk menemukan dan membaca deskripsi produk. Untuk membuat deskripsi produk tidak sama dengan deskripsi produk yang lainnya, karena jika sama nama produk tidak akan tampil pada halaman utama mesin pencari karena dianggap sebuah plagiatis.

3. Gambar Produk

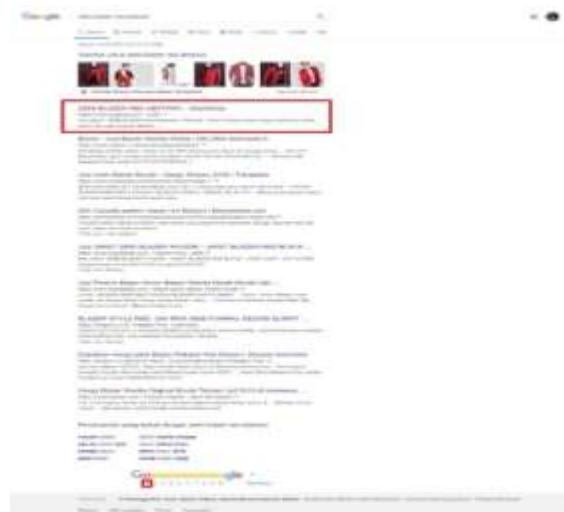
Di dalam gambar produk adalah suatu hal penting untuk meningkatkan keberadaan situs dihalaman utama mesin pencari. Pada langkah awalnya adalah memilih sebuah gambar produk yang memiliki kapasitas rendah untuk membantu mempermudah mesin pencari untuk menemukan pada gambar produk di mesin pencari.

4. Link Website

Untuk meletakkan *link website* adalah suatu hal penting untuk meningkatkan pencarian dan keberadaan situs oleh mesin pencari. *Link website* ditempatkan pada deskripsi produk yang dibuat dan dapat ditempatkan di situs lain. *Link website* pada situs lain adalah merupakan sebuah dukungan terhadap situs *website* karena bisa dianggap sebagai situs yang terpercaya.

5. Media sosial

Media sosial merupakan peran penting pada mesin pencari untuk meningkatkan salah satu kunci agar berhasil di *SEO* bukan hanya membuat konten yang bagus, tetapi juga berkualitas dan menarik untuk dibagikan. Untuk membuat konten yang bagus harus memperhatikan media sosial untuk meningkatkan *website* dan *SEO*.



Gambar 13. Hasil Strategi Seo dan Marketing

Pada Gambar 13 merupakan hasil strategi *seo* dan *marketing*.

Pada hari senin tanggal 15 juli 2019 pukul 12:04 WIB gambar 4.54 salah satu produk dari nylshop yang sudah tampil di halaman *google*.

#### 4. KESIMPULAN

Setelah melakukan beberapa penelitian dan mendirikan *website E-Commerce* kemudian dapat memberikan beberapa kesimpulan sebagai bagian akhir atau penutup dari laporan stok barang maka penelitian ini, yaitu: Dengan menerapkan *E-Commerce* pada nylshop sebagai media informasi kepada pelanggan dapat meningkatkan penjualan pada toko. Dengan dibuatkannya *E-Commerce* ini, pelanggan dapat mengerti informasi produk yang masih tersedia atau tidak.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Komputer, Wahana “Membuat Toko Online Dengan Wordpress dan WP E-Commerce”, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015.
- [2] Pratama, Putra Rizky, and Azis, Elvira, “Analisis Model Bisnis dengan Pendekatan *Business Model Canvas*, Analysis of Business Model By Using *Business Model Canvas Approach*”, *e-Proceeding of Management*, vol. 5, no.3, p.3005-3019, Desember 2018.
- [3] Triandini, Evi and Suardika, Gede I, “Step by Step Desain Proyek Menggunakan UML” Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.
- [4] Oktafianto & Muslihudin, Muhamad, “Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Menggunakan Model Terstruktur dan UML” Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016.
- [5] Mulyani, Sri, “Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Manajemen Keuangan Daerah: Notasi Pemodelan Unified Modelling Language (UML)” Bandung: Abdi Sistematika, 2016.
- [6] Mulyani, Sri, “Metode Analisis dan Perancangan Sistem” Bandung: Abdi Sistematika, 2016.