

# PENERAPAN APLIKASI *E-COMMERCE* UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN *CUSTOMER* PADA TOKO PLANTY CLUB

Vinka Novianti Prasya<sup>1)</sup>, Ady Widjaja<sup>2)</sup>

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

## *Abstrak*

*Planty Club adalah Perusahaan yang bergerak dalam kuliner vegan yang menjual berbagai makanan beku (frozen food) berbahan dasar tumbuhan tanpa daging hewani dan susu. Proses bisnis pada bagian penjualan makanan pada toko planty club tersebut masih didalam lingkup yang terbatas dimana pelanggan harus mendatangi toko untuk membeli barang, dengan waktu yang terbatas dan estimasi biaya yang besar. Dari permasalahan tersebut maka dibuat sebuah website E-Commerce. Tahapan yang dilakukan dalam pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan studi kepustakaan. Metode yang digunakan yaitu Business Model Canvas (BMC), yang bertujuan untuk mempercepat dalam menganalisis bisnis yang ada di toko planty club. Untuk menganalisis desain sistem menggunakan activity diagram, use case diagram, class diagram, dan system sequence diagram. Implementasi e-commerce menggunakan CMS, yaitu wordpress dan woocommerce. Penelitian ini berfokus pada pengenalan data produk dan transaksi jual beli yang dilakukan melalui media online ataupun internet. Manfaat yang akan didapat untuk Planty Club dari penerapan sistem e-commerce ini adalah keuntungan berupa memperluas jangkauan pembeli sehingga penjualan makanan lebih optimal, memudahkan penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi, mengetahui produk terlaris, serta menghasilkan laporan sesuai periode dan field yang diinginkan. Hasil akhir penelitian ini berupa prototipe e-commerce.*

**Kata kunci:** *e-commerce*, kuliner vegan, memperluas jangkauan pembeli

## 1. PENDAHULUAN

Dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat para pedagang industri besar maupun industri menengah hingga kecil harus mengikuti perkembangan teknologi yang ada agar dapat bersaing.

Menurut [1] Internet membantu pedagang untuk membangun pasar dengan metode *e-commerce*. Dengan *e-commerce* kegiatan beli barang dilakukan tanpa perlu bertatap muka dengan pembeli, pembeli juga dapat melihat barang yang ingin dibeli melalui media elektronik tanpa harus datang langsung ketoko dengan begitu estimasi biaya dan waktu yang dibutuhkan menjadi lebih minimum.

Masalah yang dihadapi dalam proses penjualan makanan di Planty Club antara lain adalah Jangkauan customer terbatas karena hanya customer yang datang ke toko saja yang dapat melakukan transaksi, kesulitan dalam mengetahui produk terlaris tiap bulannya, kesulitan dalam mencari informasi stok menu makanan yang tersedia, informasi promo tidak terealisasi dengan baik kepada pelanggan sehingga pelanggan kurang mengetahui promo apa saja yang diberikan oleh toko Planty Club, serta belum adanya laporan transaksi secara online.

*E-commerce* akan membuat penjual maupun pembeli merasa diuntungkan, dengan bantuan teknologi internet membuat proses bisnis dapat dilakukan dimana saja tanpa batasan waktu. Sehingga diharapkan dapat memperluas jangkauan

customer serta menyelesaikan permasalahan yang ada, maka penulis memeberikan judul “Penerapan aplikasi *E-commerce* untuk memperluas jangkauan *Customer* pada toko Planty Club”.

Ruang lingkup penelitian yang akan dibahas hanya terbatas meliputi langkah-langkah pembuatan website sampai dengan proses menghasilkan laporan, meliputi dari proses penjualan, pembayaran, dan pengiriman. Ruang lingkup tidak membahas tentang adanya refund, retur, dan penerimaan produk oleh pelanggan.

Rumusan masalah yang harus terjawab yaitu memperluas jangkauan customer, agar Planty Club dapat meraih keuntungan yang lebih besar dari bertambahnya jumlah customer di seluruh bagian Indonesia dengan penerapan *e-commerce*.

Strategi pemasaran klaster lobster dan ikan kerapu berbasis teknologi *e-commerce* di Kepulauan Barrang Caddi oleh [2]. Tujuan dari penelitian ini yaitu menyediakan sistem untuk transaksi secara online serta pengetahuan area pemasaran tidak terbatas karena sudah bersifat online.

Perbedaan penelitian yang dibuat oleh penulis dengan penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian yang penulis buat terdapat menu produk terlaris untuk mengetahui produk tiap bulannya.

Strategi Memanfaatkan *E-Commerce* Dalam Memasarkan Makanan Khas Bangka (Studi Kasus: Aneka Citra Snack) oleh [3]. Tujuan dari penelitian ini yaitu sistem berbasis web *e-commerce* memungkinkan pelanggan melihat produk, melakukan order, membayar tagihan sesuai order.

Sedangkan dari sisi administrator, sistem berbasis web membuat promosi produk baru atau produk unggulan beserta promosi tambahan lainnya lebih mudah disebarluaskan ke pelanggan. Admin dapat memantau transaksi dengan memverifikasi order, kemudian mencetak bukti pesanan, setelah itu mengkonfirmasi pembayaran, menginput resi pengiriman barang, serta mencetak laporan penjualan.

Dalam penelitian yang penulis buat admin dapat mencetak laporan transaksi bukan hanya mencetak laporan penjualan tapi juga dapat mencetak laporan transaksi lainnya yaitu laporan pemesanan, pembayaran, pengiriman dan laporan rekapitulasi produk terlaris.

Pengembangan Web *E-Commerce* Bojana Sari Menggunakan Metode *Prototype* oleh [4]. Tujuan dari penelitian ini yaitu Web *e-commerce* Bojana Sari yang telah dikembangkan memiliki fitur pengelolaan produk, sistem pemesanan, sistem pembayaran, dan pelacakan status. Dalam fitur pengelolaan produk, perusahaan dapat dengan mudah menyampaikan informasi mengenai produk perusahaan kepada pelanggan. Pelanggan juga dapat dengan mudah memperoleh informasi tersebut tanpa terhalang oleh jarak dan waktu. Proses pemesanan dan validasi pembayaran dapat dilakukan dengan mudah dengan adanya fitur sistem pemesanan dan fitur sistem pembayaran dalam *web e-commerce* Bojana Sari.

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang penulis buat yaitu terdapat fitur untuk mencetak laporan transaksi yang dibutuhkan pada *Planty Club*.

**2. METODE PENELITIAN**



Gambar 1. Metode Penelitian

Adapun metodologi penelitian dijelaskan pada Gambar 1. yaitu Masalah, Tindakan, Tujuan, UML, Pendekatan, dan Hasil.

**3.1. Masalah**

Masalah yang dihadapi oleh *Planty Club* Seperti yang telah dijelaskan pada Gambar 1 yaitu Jangkauan customer hanya sedikit, kesulitan mencari informasi stok menu makanan yang tersedia, tidak mengetahui produk terlaris dan paling sering dibeli perbulannya, tidak adanya laporan transaksi secara online : laporan pemesanan, pembayaran, pengiriman dan laporan rekapitulasi produk terlaris.

**3.2. Tindakan**

Tindakan yang dilakukan oleh penulis seperti yang tertera pada Gambar 1, yaitu membuat website *e-commerce* yang bertujuan untuk menguatkan penjualan pada *Planty Club*.

**3.3. Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini seperti di Gambar 1 yaitu Untuk mempermudah *Planty Club* dalam melakukan transaksi serta mempromosikan toko agar dapat dikenal masyarakat luas sehingga pelanggan bertambah dan penjualan meningkat.

**3.4. UML**

Peneliti menggunakan UML (*Unified Modeling Language*) untuk menganalisa data yaitu *Activity Diagram* untuk mengetahui alur proses bisnis usulan, *Use Case Diagram* untuk mengetahui kegiatan yang dilakukan oleh aktor, *System Sequence Diagram*, dan *Class Diagram* sebagai bentuk dari *database*.

**3.5. Pendekatan**

Pendekatan yang dilakukan oleh penulis untuk melakukan penelitian seperti yang tertera pada Gambar 1, antara lain Wawancara, Observasi, dan Studi Kepustakaan.

**3.6. Hasil**

Hasil dari penelitian ini seperti di Gambar 1 yaitu dapat digunakan untuk membantu memecahkan masalah yang ada, agar proses dapat dilakukan secara efisien dan efektif.

**3.7. Metode**

Metode yang digunakan yaitu BMC (*Business Model Canvas*) dalam penelitian BMC membantu penulis untuk mengetahui bentuk bisnis yang dijalankan oleh *Planty Club*.

**3.8. Tools**

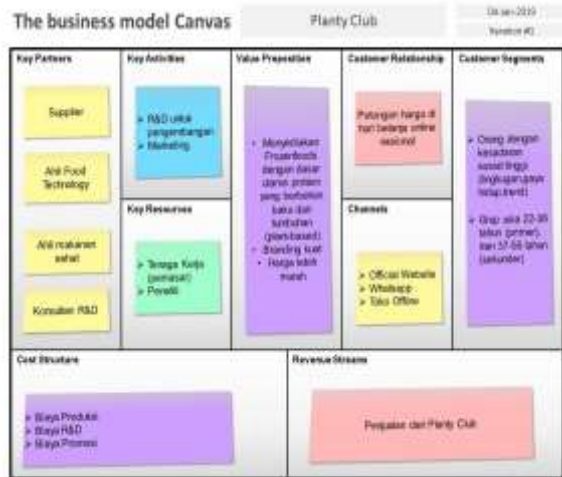
*Tools* yang digunakan oleh penulis untuk pengembangan adalah Microsoft Visio dan Balsamiq mockup.

*Tools* yang digunakan oleh penulis untuk implementasi *e-commerce* adalah Wordpress. Wordpress menurut [5] adalah *Content Management System* memiliki layanan blog dengan nama domain sendiri dan merupakan sebuah aplikasi yang

digunakan untuk mempermudah pengelolaan karena memiliki kemampuan untuk disesuaikan dan dimodifikasi sesuai dengan yang diinginkan penggunanya.

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**3.1 Business Model Canvas (BMC)**



Gambar 2. Business Model Canvas (BMC)

Metode yang digunakan *Business Model Canvas* (BMC) pada Gambar 2, bertujuan untuk mempercepat dalam menganalisis bisnis yang ada di toko planty club. Dibawah ini merupakan penjelasan dari atribut-atribut yang ada pada Gambar 2, yaitu :

*Key Partner* Tidak ada bisnis besar yang berjalan sendiri, disinilah tempat kita memasukkan mitra strategis yang kita miliki. Mitra bisnis pada Planty Club antara lain : *Supplier* bahan baku, Ahli *food technology*, Ahli makanan sehat, Konsultan R&D.

*Key Activities* Bagian ini yang menjelaskan bagaimana kita bisa menciptakan *value proposition* perusahaan pada Planty Club, *Key Activities* nya adalah Produksi, Melakukan R&D (Research and Development) untuk pengembangan produk, dan Marketing.

*Key Resources* Sumber daya utama, key resources merupakan kolom yang akan menjelaskan asset strategis perusahaan. Pada Planty Club *key resource* terdiri atas Tenaga kerja, Peneliti, Pemasar.

*Value Proposition* yaitu nilai tambah yang akan membuat bisnis terlihat menarik dan unik dengan bisnis lainnya dalam sudut pandang yang luas. Inovasi yang ditawarkan pada Planty Club adalah Menyediakan *Frozenfoods* dengan dasar utama protein yang berbahan baku dari tumbuhan (*plant-based*).

*Customer Relationship* bagaimana bisnis kita dapat terus terhubung erat dengan para pelanggan. Pada Planty Club adalah mengadakan potongan harga disetiap pembelian di hari Belanja *Online Nasional*.

*Channels* yaitu media yang bisnis yang digunakan untuk mengirim solusi yang ditawarkan

untuk sampai ke cust. *Channels* yang digunakan pada Planty Club antara lain; *Official Website*, *Whatsapp*, dan *Toko offline*.

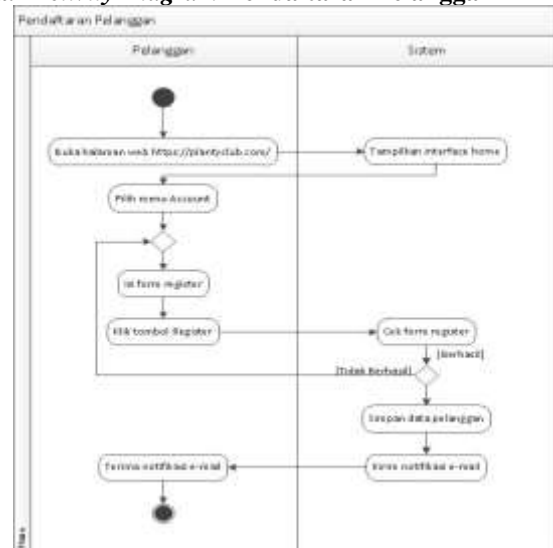
*Customer Segments* Pelanggan potensial pada bisnis Planty Club adalah Orang dengan kesadaran sosial tinggi (lingkungan, gaya hidup, trend), Orang yang ingin hidup sehat dan orang yang ingin mengurangi berat badan, Grup usia 22-36 tahun (primer), dan 37-55 tahun (sekunder).

*Cost Structure* menentukan biaya apa saja yang dibutuhkan untuk menjalankan keseluruhan aktivitas bisnis. Biaya yang dibutuhkan pada Planty Club antara lain : Biaya Produksi, Biaya R&D, Biaya Promosi.

*Revenue Streams* yaitu produk apa saja yang dapat memberikan pemasukan. Saat ini pemasukan hanya dari penjualan Planty Club.

**3.2 Proses Bisnis Usulan**

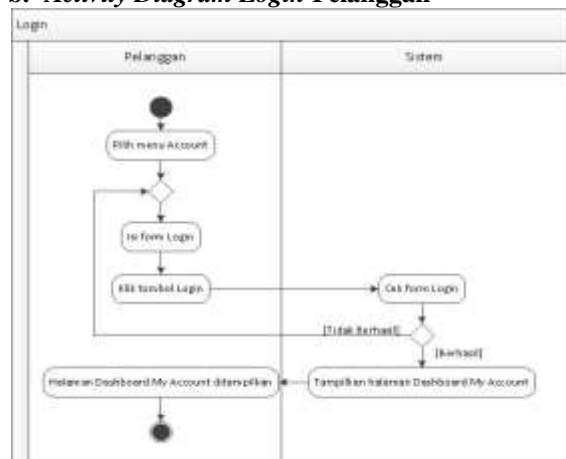
**a. Activity Diagram Pendaftaran Pelanggan**



Gambar 3. Activity Diagram Pendaftaran Pelanggan

Proses bisnis usulan yang dibuat oleh penulis pada proses pendaftaran pelanggan dapat digambarkan seperti Gambar 3.

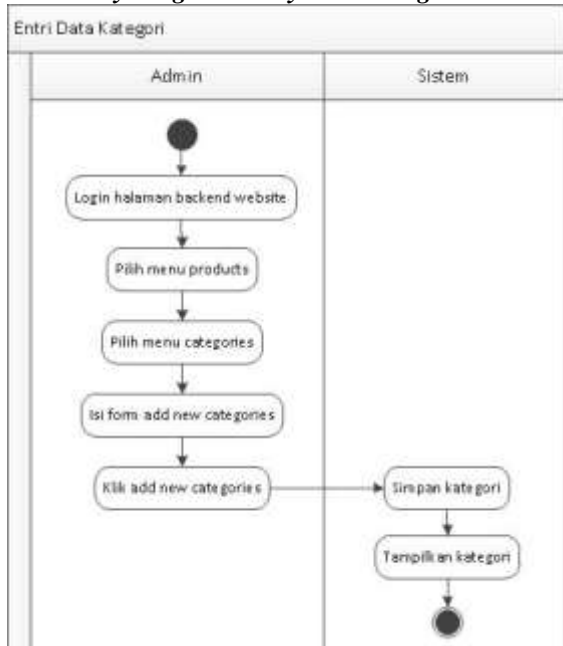
**b. Activity Diagram Login Pelanggan**



Gambar 4. Activity Diagram Login Pelanggan

Proses bisnis usulan yang dibuat oleh penulis pada proses *Login* Pelanggan dapat digambarkan seperti Gambar 4.

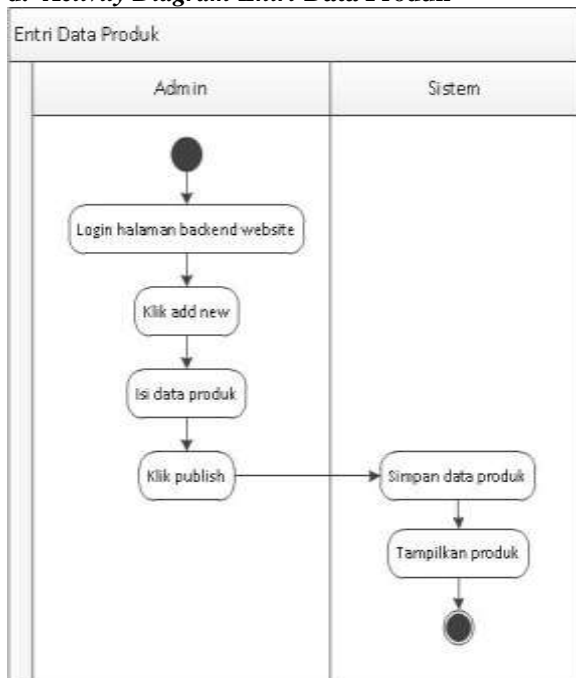
**c. Activity Diagram Entry Data Kategori**



Gambar 5. Activity Diagram Entry Data Kategori

Proses bisnis usulan yang dibuat oleh penulis pada proses *Entry Data Kategori* dapat digambarkan seperti Gambar 5.

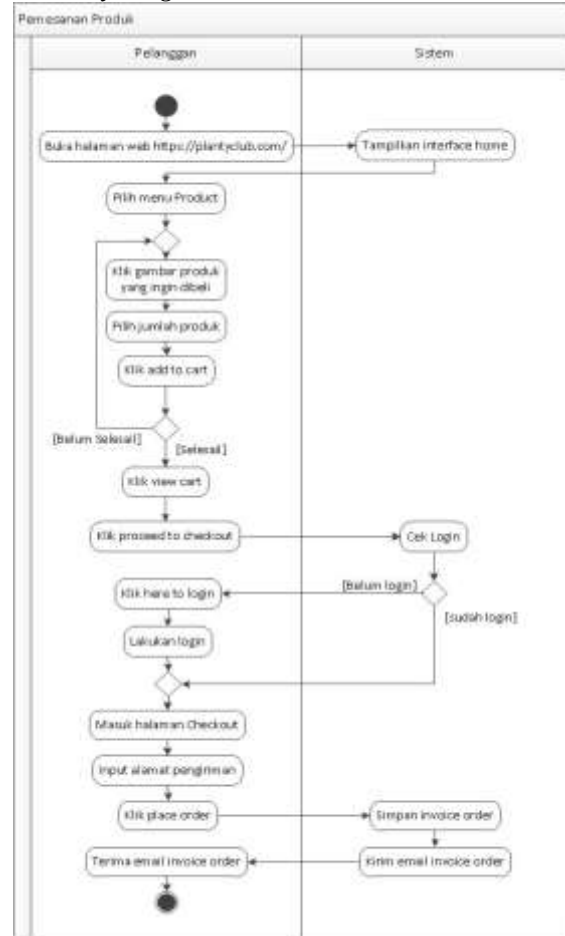
**d. Activity Diagram Entry Data Produk**



Gambar 6. Activity Diagram Entry Data Produk

Proses bisnis usulan yang dibuat oleh penulis pada proses *Entry Data Produk* dapat digambarkan seperti Gambar 6.

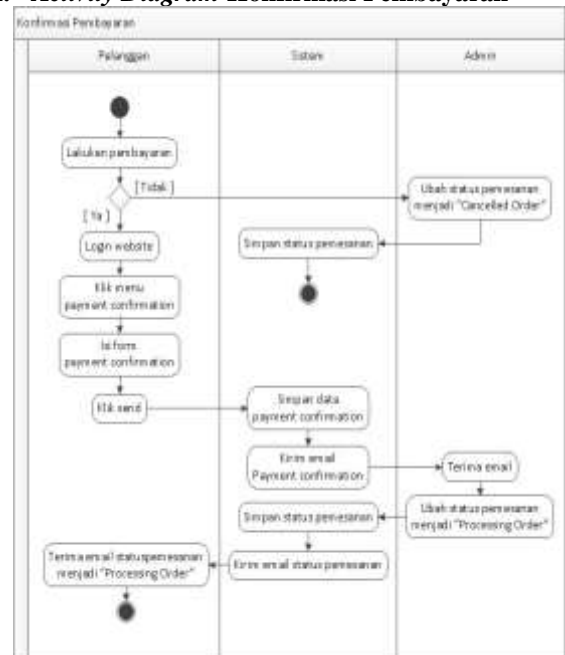
**e. Activity Diagram Pemesanan Produk**



Gambar 7. Activity Diagram Pemesanan Produk

Proses bisnis usulan yang dibuat oleh penulis pada proses *Pemesanan Produk* dapat digambarkan seperti Gambar 7.

**f. Activity Diagram Konfirmasi Pembayaran**



Gambar 8. Activity Diagram Konfirmasi Pembayaran



Gambar 14, Pelanggan dan Sistem merupakan actor di dalam Use case.

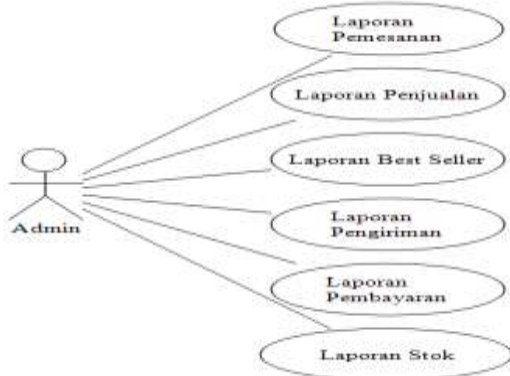
d. Transaksi Admin



Gambar 15. Use Case Diagram Transaksi Admin

Bentuk Use case yang dibuat oleh penulis pada Transaksi Admin dapat digambarkan seperti Gambar 15, Admin dan Sistem merupakan actor di dalam Usecase.

e. Laporan

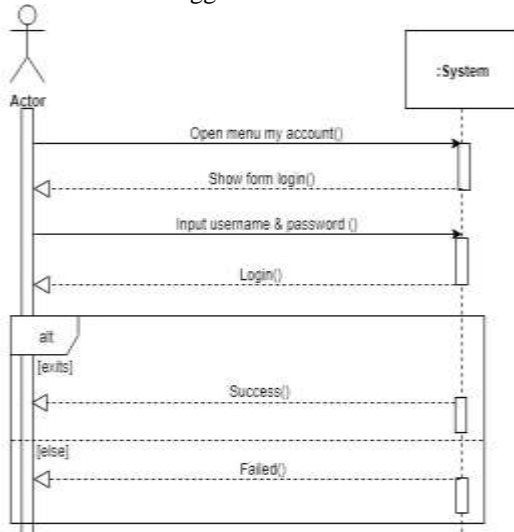


Gambar 16. Use Case Diagram Laporan

Bentuk Use case yang dibuat oleh penulis pada Laporan dapat digambarkan seperti Gambar 16, Admin merupakan actor di dalam Usecase.

3.5 System Sequence Diagram

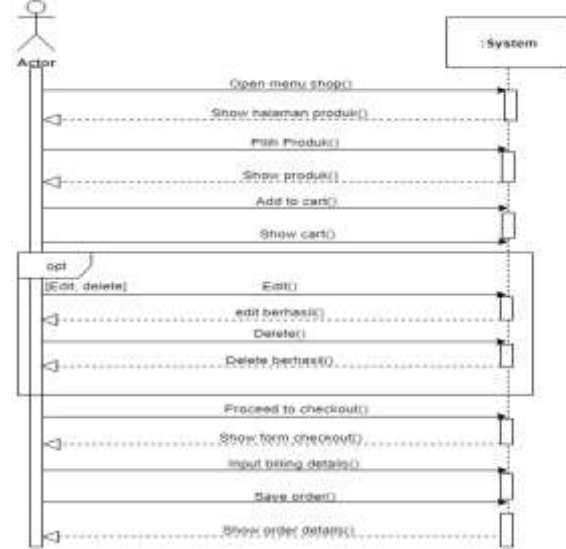
a. Pendaftaran Pelanggan



Gambar 17. System Sequence Diagram Pendaftaran Pelanggan

Bentuk SSD yang dibuat oleh penulis pada Pendaftaran dapat digambarkan seperti Gambar 17.

b. System Sequence Diagram Pemesanan Produk



Gambar 18. System Sequence Diagram Pemesanan Produk

Bentuk SSD yang dibuat oleh penulis pada Pemesanan produk dapat digambarkan seperti Gambar 18.

c. System Sequence Diagram Laporan Pemesanan

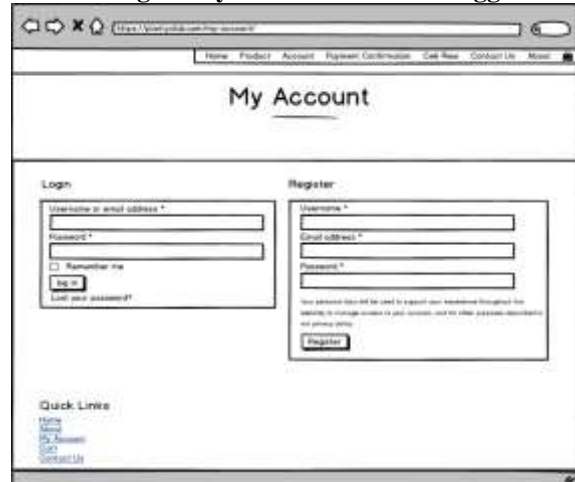


Gambar 19. System Sequence Laporan Pemesanan

Bentuk SSD yang dibuat oleh penulis pada Pendaftaran dapat digambarkan seperti Gambar 19.

3.6 Rancangan Layar

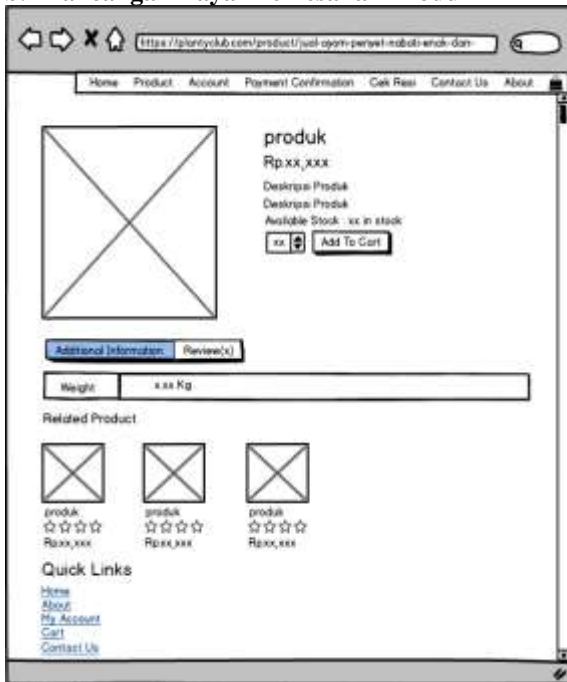
a. Rancangan Layar Pendaftaran Pelanggan



Gambar 20. Rancangan Layar Pendaftaran Pelanggan

Pada Gambar 20 merupakan rancangan layar yang akan tampil di Pendaftaran Pelanggan.

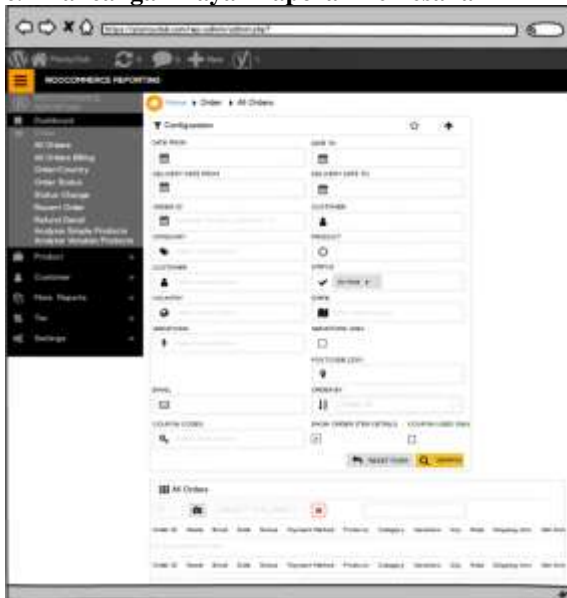
**b. Rancangan Layar Pemesanan Produk**



Gambar 21. Rancangan Layar Pemesanan Produk

Pada Gambar 21 merupakan rancangan layar yang akan tampil pada Pemesanan Produk.

**c. Rancangan Layar Laporan Pemesanan**



Gambar 22. Rancangan Layar Laporan Pemesanan

Pada Gambar 22 merupakan rancangan layar yang akan tampil pada Laporan Pemesanan.

**3.7 Search Engine Optimization (SEO)**

Pada tahap optimasi website ini menerapkan teknik SEO On Page dengan metode White Hat SEO pada website yang dibuat. Teknik ini dilakukan untuk

menunjang penjualan dan promosi pada website Planty Club. Pada website yang penulis buat, optimasi akan dilakukan pada elemen: Optimasi halaman product.

Agar berada dihalaman pertama mesin pencari sesuai dengan kata kunci yang difokuskan langkah-langkah yang harus dilakukan dalam optimasi SEO antara lain yaitu dengan mengatur *Keyphrase*, *SEO title*, *Meta Description*. Pada gambar 23 merupakan optimasi website Planty Club dengan SEO yang dilakukan oleh penulis pertanggal 17 juli 2019



Gambar 23. Penerapan Search Engine Optimization

**3.8 PEMBAHASAN**

Fitur/modul sistem usulan untuk menjangkau customer secara luas adalah terdapat pilihan kurir/ekspedisi pengiriman didalam website Planty Club yang dapat mengirimkan produk keberbagai tempat tanpa harus pelanggan datang ke toko dan membeli serta membawa barang sendiri.

Fitur yang memudahkan dalam melihat stok menu makanan dalam website Planty Club. Admin dapat melihat stok makanan yang tersedia pada menu *WooCommerce*.

Fitur untuk mendukung promosi yaitu dengan menggunakan SEO.

**4. UCAPAN TERIMAKASIH**

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada Toko Planty Club, dan semua pihak yang telah mendukung dan membantu memberikan data untuk menyelesaikan penelitian ini.

**5. KESIMPULAN**

Penerapan metode *e-commerce* Pada Toko Planty Club ini setidaknya dapat memberikan solusi untuk menggunakan *website e-commerce* yang bertujuan untuk meningkatkan jangkauan pemasaran lebih luas dan dapat memudahkan proses transaksi pada menu checkout tanpa harus membuang waktu dan biaya tambahan, dengan adanya fitur laporan stok barang pada *e-commerce* mempermudah dalam mencari informasi stok makanan yang tersedia, dengan menggunakan fitur Yoast SEO maka

Promosi dapat tersampaikan dengan baik kepada pelanggan, Ketersediaan laporan-laporan dapat bermanfaat bagi perencanaan dan pengambilan keputusan dalam pengembangan perusahaan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Maryama, Siti, “Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha”, vol.2, no.1, pp. 73-79. Juli 2016.
- [2] Patta, A. R., Bakri, H., and Suharto, S., “Strategi Pemasaran Klaster Lobster dan Ikan Kerapu Berbasis Teknologi E-Commerce di Kepulauan Barrang Caddi”, *Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Negeri Makassar*, vol. 2018, no.6, pp. 474–477.
- [3] Magdalena, H. and Ellyani, W., “Strategi Memanfaatkan E-Commerce Dalam Memasarkan Makanan Khas Bangka (Studi Kasus: Aneka Citra Snack) The Strategy of Exploiting E-Commerce in The Marketing of Bangka Peculiar Food (Case Study: Aneka Citra Snack)”, *Cogito Smart Journal*, vol. 3, no.2, pp. 286–298, Desember 2017.
- [4] Pradipta, A. A., Prasetyo, Yuli Adam, and Ambarsari, Nia, “Pengembangan Web E-Commerce Bojana Sari Menggunakan Metode Prototype”, *Jurnal Tugas Akhir*, vol. 2, no.1, pp. 1042–1056, April 2015.
- [5] Kurnia, Nia, Koryati, Dewi, and Rusmin, AR., “Pengaruh Media Wordpress Blog Terhadap Hasil Belajar Peserta Didik Pada Mata Pelajaran Ekonomi Di SMA Negeri 6 Palembang” *Jurnal Profit Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, vol.2, no.1, pp. 46-52, Mei 2015.