

E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO DAPUR FILM DIGITAL

Zulfikri Batapi¹⁾, Atik Ariesta²⁾

Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260
E-mail : 1512500420@student.budiluhur.ac.id¹⁾, atik.ariesta@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

Dapur Film Digital adalah sebuah unit usaha yang bergerak pada bidang penjualan perangkat keras dan perangkat lunak komputer. Toko ini masih memiliki beberapa kekurangan dalam menunjang proses transaksi jual beli barang. Transaksi yang saat ini dilakukan hanya sebatas pembeli datang ke toko lalu memilih barang yang diinginkan dan juga bisa melalui social media seperti WhatsApp dan juga bisa melalui online marketplace seperti tokopedia. Dengan hanya mengandalkan penjualan dari sosial media dan online marketplace, dirasa masih kurang untuk meningkatkan tingkat penjualan barang. Oleh karena itu dibangunlah sebuah WebSite E-commerce dengan menggunakan wordpress woocommerce, hosting, domain untuk mengoptimalkan tingkat penjualan barang pada Toko Dapur Film Digital. Metode yang digunakan untuk membuat e-commerce ini yaitu dengan menggunakan activity diagram, use case diagram, system sequence diagram, business model canvas, serta ifml. Maka dari itu dengan dibangunnya sebuah website e-commerce dapat meningkatkan penjualan pada toko dan juga dapat menyelesaikan masalah masalah yang dialami oleh toko dapur film digital.

Kata kunci: e-commerce, perangkat keras, perangkat lunak, meningkatkan penjualan

1. PENDAHULUAN

E-commerce atau *electronic commerce*, dalam bahasa Indonesia dikenal dengan istilah perdagangan elektronik merupakan sebuah aktivitas pembelian, penjualan, pemasaran barang maupun jasa melalui sistem elektronik Individu atau pelaku bisnis yang terlibat dalam *e-commerce*, baik itu pembeli maupun penjual menggunakan teknologi berbasis internet untuk melaksanakan transaksi [1].

Setelah peneliti melakukan riset serta wawancara pada Toko Dapur Film Digital yang terletak pada sektor XVI, sudimara jaya, Tangerang, Toko ini merupakan sebuah unit usaha yang bergerak pada bidang penjualan perangkat keras dan perangkat lunak komputer. Adapun masalah yang terjadi pada Toko Dapur Film Digital yaitu, pelanggan tidak mengetahui barang apa saja yang tersedia pada Toko Dapur Film Digital mengakibatkan pelanggan berbelanja di toko yang lain, kurang luasnya jangkauan area pemasaran dari Toko Dapur Film Digital serta banyaknya saingan dilokasi sehingga pelanggan toko menjadi berkurang, dan juga pencatatan penjualan produk dari berbagai kategori masih dilakukan secara manual.

Dari permasalahan yang sudah disebutkan diatas, maka peneliti memberikan solusi dengan menggunakan *e-commerce* pada Toko Dapur Film Digital untuk meningkatkan penjualan pada toko, yaitu : pelanggan dapat melihat informasi produk yang diinginkan dengan mengunjungi menu kategori pada *website e-commerce* toko, melakukan optimasi *website e-commerce* toko dalam mesin pencari *google* sehingga jangkauan area pemasaran toko menjadi luas, dan juga dibuatkannya fitur laporan agar mempermudah pemilik toko dalam mengolah pencatatan penjualan produk dari berbagai kategori.

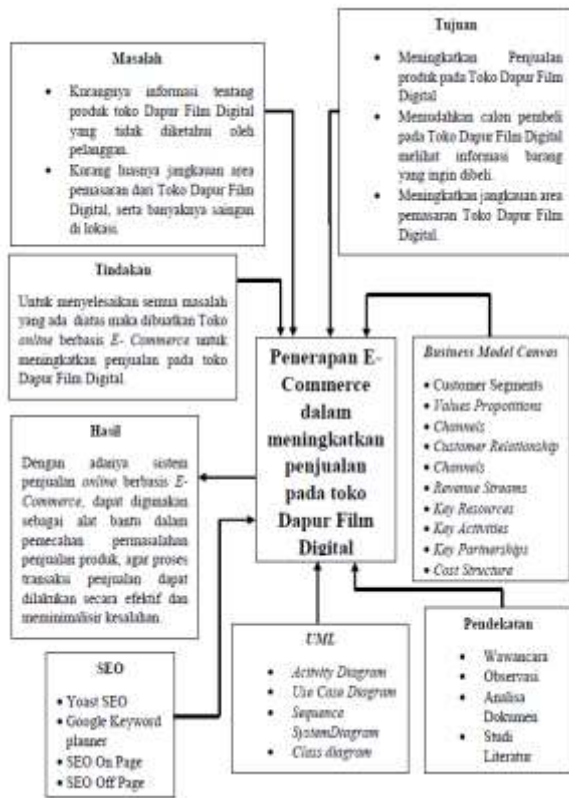
Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan studi literatur dari penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya, Pada penelitian dengan judul “Rancang Bangun Website E-Commerce Pada Barcelona Sport” ini menjelaskan tentang bagaimana cara memanfaatkan teknologi *E-Commerce* ini sejalan dengan perkembangan dan pertumbuhan teknologi informasi yang sangat pesat dan adanya kecenderungan masyarakat yang semakin banyak menggunakan teknologi informasi ini, dimana dapat memberikan implikasi khusus kearah perkembangan pasar yang terjadi selama ini [2].

Pada penelitian dengan judul “Perancangan Sistem E-Commerce Untuk Produk Pembuatan Kue” ini menjelaskan tentang bagaimana cara menggunakan *E-Commerce* atau sejenisnya yang relevan adalah melalui pemanfaatan teknologi *E-Commerce*. *E-commerce* merupakan sarana penting dalam menerapkan strategi dan promosi secara online sehingga dapat memperluas pangsa pasar. Banyak sekali kemudahan dalam proses transaksi dan kekinian informasi sangat mendukung dalam proses pembuatan keputusan manajerial [3].

Pada penelitian dengan judul “Desain Sistem Penjual Online Dengan Aplikasi CMS Prestashop Untuk Meningkatkan Pelayanan Pada Kenshop Batu”, ini menjelaskan tentang bagaimana cara mencari solusi untuk mengatasi persaingan yang semakin hari semakin ketat, yang membuat Kenshop Batu harus memikirkan bagaimana cara untuk mengembangkan media *onlinenya*. Sistem penjualan yang saat ini digunakan oleh Kenshop Batu dengan *cash on delivery (COD)*, dimana konsumen memesan produk melalui media *whatsapp* dan *instagram* [4].

2. METODE PENELITIAN

2.1. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Gambar 1 adalah kerangka pemikiran yang isinya berupa masalah yang ada, serta bagaimana cara memecahkan masalah tersebut dengan cara pendekatan masalah dengan menggunakan metode seperti wawancara, observasi, analisa dokumen, dan studi literatur, sehingga peneliti dapat mengetahui data apa saja yang dibutuhkan serta menganalisa proses bisnis berjalan toko dapur film digital dengan menggunakan *UML*. Untuk memecahkan permasalahan yang terjadi pada Toko Dapur Film Digital maka dibuatkan sebuah *Website E-commerce* guna meningkatkan penjualan produk Toko Dapur Film Digital.

2.2. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu tahapan sangat penting dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang benar akan menghasilkan data yang memiliki kredibilitas tinggi dan sebaliknya. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara peneliti mengumpulkan data, darimana sumbernya, dan alat apa yang akan digunakan. Untuk memperoleh informasi mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan, guna mendapatkan data yang memiliki kredibilitas tinggi maka sumber pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu:

a. Wawancara

Pada tahapan ini peneliti telah melakukan wawancara kepada pemilik toko dapur film digital bertujuan untuk mempelajari dan menganalisa sistem

yang sedang berjalan serta mendapatkan data dari pemilik tokonya langsung dengan melakukan tanya jawab mengenai alur aktifitas dan dokumen pada proses bisnis berjalan yang terjadi pada toko, wawancara ini dilakukan pada tanggal 2 Maret 2019.

b. Observasi

Pada tahapan ini peneliti melakukan observasi dengan cara mengamati langsung ke tempat riset. Peneliti dapat mengetahui dengan jelas bagaimana alur proses bisnis yang ada pada toko dapur film digital.

c. Dokumentasi

Pada tahapan ini peneliti mengumpulkan data berdasarkan dokumen-dokumen yang ada pada toko dapur film digital dan juga berhubungan dengan objek penelitian, yang nantinya akan dianalisa lebih lanjut.

d. Studi Literatur

Penelitian ini melakukan studi literatur dari berbagai buku serta referensi lain seperti jurnal atau penelitian yang sudah ada sebelumnya yang sesuai dengan permasalahan yang diamati peneliti pada toko dapur film digital.

2.3. Metode Perancangan

a. *Business Model Canvas*

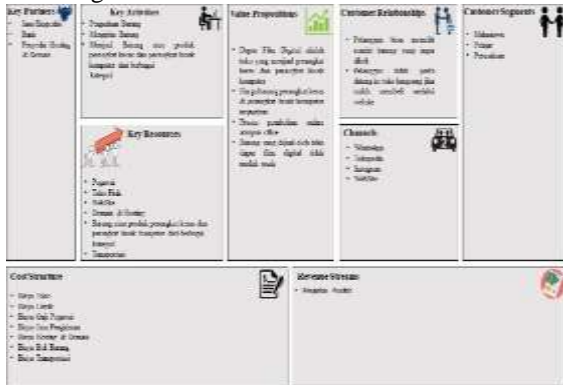
Business Model Canvas memiliki 9 blok elemen dari model konseptual. 9 blok tersebut menjelaskan bagaimana cara Toko dalam memfokuskan target pelanggan untuk penjualan produk toko, bagaimana cara Toko menjalin relasi dengan pelanggan, bagaimana cara toko menjadi penghubung antara bisnis dan konsumen yang sesuai, bagaimana cara toko mendapatkan keuntungan, kegiatan apa saja yang dilakukan, sumber daya yang dimiliki, bagaimana cara toko menjalin hubungan bisnis dengan rekanan maupun *partner*, serta bagaimana cara toko mengolah struktur biaya agar bisnis yang dikelola dapat berjalan efektif dan menghasilkan keuntungan [5].

b. *SEO On Page*

SEO on Page adalah teknik melakukan optimasi pada *website* [6]. Tahapan optimasi yang dilakukan oleh *website e-commerce* Dapur Film Digital yaitu, dengan memberikan *title tag* pada halaman *website*, lalu memberikan struktur *URL* yang baik mengandung kata kunci dan bernilai bagi mesin pencari, dan juga memberikan *meta description website* toko dapur film digital yang muncul di hasil pencarian (di bawah *URL*). Maka dari itu toko dapur film digital membuat *Meta Description* semenarik mungkin agar pengunjung tertarik dan mengklik *website* toko dapur film digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Business Model Canvas Toko Dapur Film Digital:



Gambar 2. Business Model Canvas

Pada Gambar 2 diatas merupakan gambaran umum dari model bisnis kanvas yang terdiri dari 9 blok elemen model konseptual, berikut 9 blok elemen model konseptual yang digunakan pada *business model canvas*:

a. *Value Propotition*

Value proposition sendiri merupakan nilai yang ditawarkan toko dapur film digital kepada pelanggan.

b. *Customer Segments*

Customer segments yang menjadi pangsa pasar Toko Dapur Film Digital adalah pelajar, mahasiswa dan juga perusahaan.

c. *Customer Relationship*

Customer relationship adalah cara-cara yang toko dapur film digital gunakan untuk berkomunikasi dengan *customer segments*. *Customer relationship* yang dilakukan oleh toko yaitu pelanggan tidak perlu datang ke toko langsung jika sudah membeli melalui *website*.

d. *Channels*

Channels adalah cara Toko Dapur Film Digital untuk menjangkau pelanggan. *Channels* yang digunakan toko dapur film digital yaitu, *whatsapp*, *tokopedia*, *website* dan *instagram*.

e. *Key Activities*

Key Activities adalah kegiatan yang dilakukan oleh toko dapur film digital untuk menghasilkan *value proposition* yang ditawarkan. Berikut *Key Activities* yang ada pada Toko Dapur Film Digital yaitu, pengadaan barang, pengiriman barang, dan juga menjual produk perangkat keras dan perangkat lunak komputer dari berbagai kategori.

f. *Key Resources*

Key Resource yang dimiliki oleh Toko Dapur Film Digital yaitu, pegawai, toko fisik, *website*, *domain & hosting*, produk perangkat keras dan perangkat lunak komputer dari berbagai kategori.

g. *Key Partners*

Key Partners adalah pihak-pihak yang bekerjasama dengan Toko Dapur Film Digital. Berikut *Key Partners* yang ada pada Toko Dapur Film Digital yaitu, jasa ekspedisi, bank, dan penyedia *hosting & domain*.

h. *Cost Structure*

Cost Structure adalah rincian biaya-biaya yang dikeluarkan oleh Toko Dapur Film Digital yaitu, biaya toko, biaya listrik, biaya gaji pegawai, biaya jasa pengiriman, biaya *hosting & domain*, biaya beli barang, biaya transportasi.

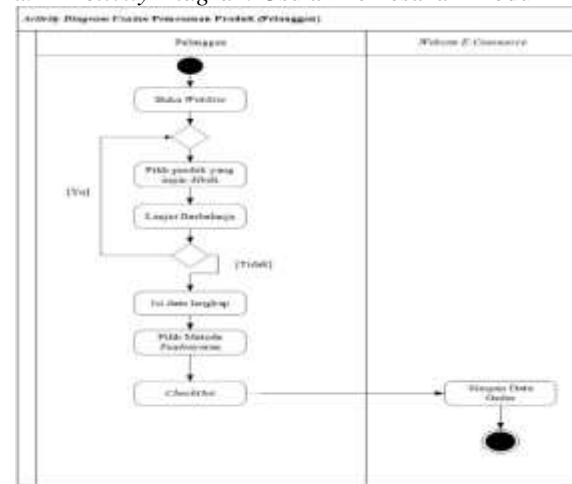
i. *Revenue Stream*

Revenue stream adalah bagaimana cara Toko Dapur Film Digital menghasilkan keuntungan, *Revenue Stream* yang didapat adalah dengan melakukan penjualan produk.

3.2. Activity Diagram Usulan

Activity diagram pada dasarnya menggambarkan macam-macam alir aktifitas yang akan dirancang dalam sebuah sistem. Dimana masing-masing alir memiliki awal, *decision* yang mungkin terjadi pada sistem, dan akhir dalam sistem tersebut [7]. Berikut *activity diagram* yang digunakan:

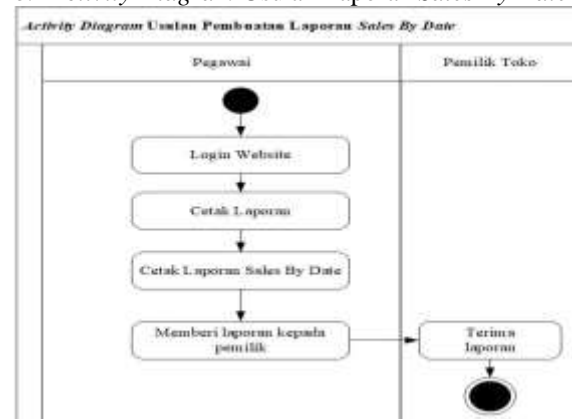
a. *Activity Diagram Usulan Pemesanan Produk*



Gambar 3. Activity Diagram Usulan Pemesanan Produk

Pada Gambar 3 diatas, pelanggan dapat memilih produk yang ingin dibeli dan memasukannya ke keranjang belanja, lalu jika pelanggan masih ingin berbelanja maka pelanggan memilih produk yang ingin dibeli, jika tidak maka pelanggan mengisi data lengkap, lalu memilih metode pembayaran lalu klik *checkout*.

b. *Activity Diagram Usulan Laporan Sales By Date*



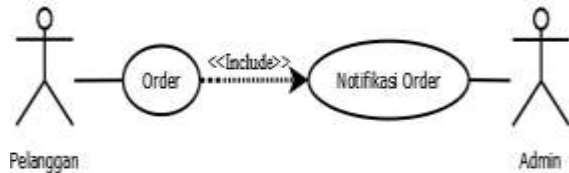
Gambar 4. Activity Diagram Usulan Laporan Sales by Date

Pada Gambar 4 diatas, *Admin* mencetak laporan *Sales by Date* lalu memberikannya kepada pemilik toko dapur film digital.

3.3. Use Case Diagram

Use Case Diagram menjelaskan interaksi yang terjadi antara ‘aktor’-inisiator dari interaksi sistem itu sendiri dengan sistem yang ada, sebuah *Use Case* direpresentasikan dengan urutan langkah yang sederhana [8]. Berikut *use case diagram* yang digunakan:

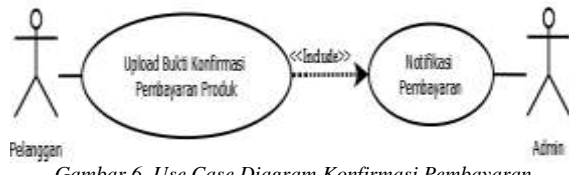
a. *Use Case Diagram* Pemesanan Produk



Gambar 5. *Use Case Diagram*

Pada Gambar 5 diatas, *use case* ini menunjukkan ketika pelanggan telah melakukan *order* maka pelanggan akan mendapatkan notifikasi bahwa pelanggan telah melakukan *order* oleh *admin*.

b. *Use Case Diagram* Konfirmasi Pembayaran



Gambar 6. *Use Case Diagram* Konfirmasi Pembayaran

Pada Gambar 6 diatas, *use case* ini menunjukkan ketika pelanggan telah selesai mengupload bukti konfirmasi pembayaran produk yang telah diorder sebelumnya maka pelanggan akan mendapatkan notifikasi bahwa bukti konfirmasi pembayaran produk yang telah dilakukan oleh pelanggan sedang diperiksa oleh *admin*.

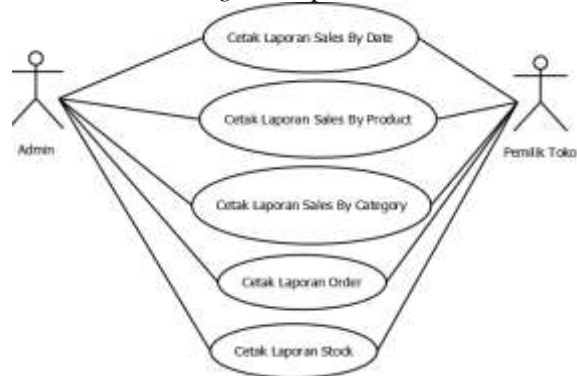
c. *Use Case Diagram* Confirm Payment



Gambar 7. *Use Case Diagram* Confirm Payment

Pada Gambar 7 diatas, Pada *use case* ini menunjukkan *admin* dapat melakukan konfirmasi pembayaran produk yang telah dilakukan oleh pelanggan setelah memeriksa bahwa bukti pembayaran produk yang dilakukan sudah sesuai atau belum, jika sudah sesuai maka pelanggan akan mendapatkan notifikasi bahwa bukti pembayaran yang sebelumnya diupload sudah dikonfirmasi oleh *admin*.

d. *Use Case Diagram* Laporan



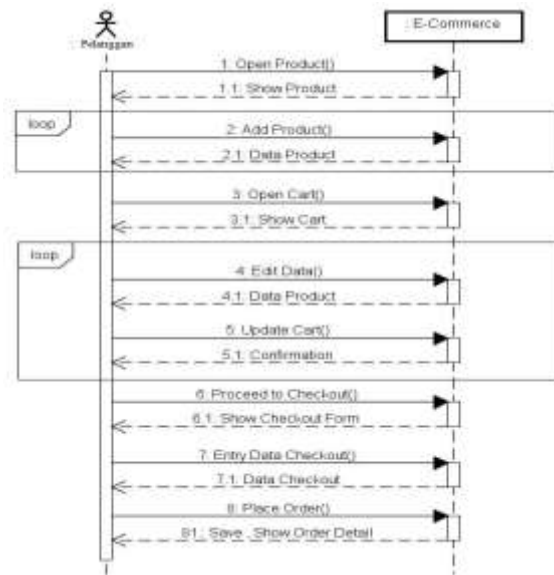
Gambar 8. *Use Case Diagram* Laporan

Pada Gambar 8 diatas, *use case* ini menunjukkan *admin* dan pemilik toko dapat mencetak laporan *sales by date*, *product*, *category*, *order* dan *stock*.

3.4. System Sequence Diagram

Sequence System Diagram berfungsi untuk menggambarkan kelakuan objek pada *use case* dengan mendeskripsikan waktu hidup objek dengan pesan yang dikirimkan dan diterima antar objek [9]. Berikut *System Sequence Diagram* yang digunakan:

a. Pemesanan Produk

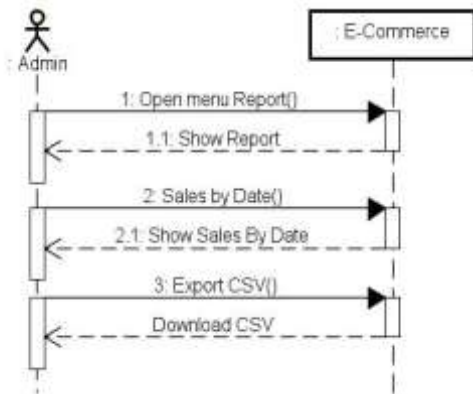


Gambar 9. *System Sequence Diagram* Pemesanan Produk

Pada Gambar 9 diatas, pertama pelanggan membuka produk lalu *e-commerce* menampilkan produk. Pelanggan juga dapat menambahkan produk pada *cart* secara berulang tanpa harus berganti halaman *web*. Pelanggan membuka *cart* lalu *e-commerce* menampilkan *cart*. Pada halaman *cart*, pelanggan dapat mengubah data serta menyimpan data secara berulang. Setelah itu pelanggan mengklik tombol *Proceed to Checkout* lalu *E-Commerce* mengalihkan ke halaman *form checkout*. Pelanggan juga bisa menambah data *checkout* dengan mengklik tombol *place order*, lalu *E-Commerce* menyimpan

data *order* yang dilakukan oleh pelanggan serta menampilkan detail *order*.

b. Laporan Sales By Date

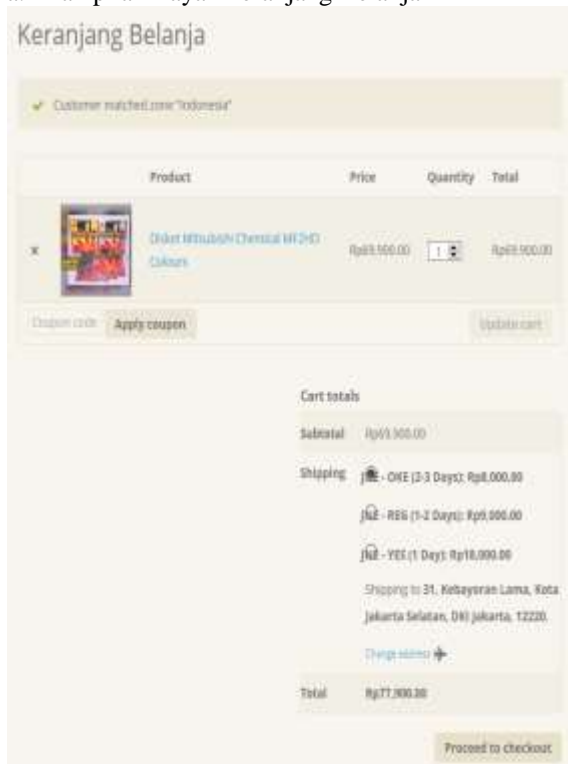


Gambar 10. System Sequence Diagram Laporan Sales by Date

Pada Gambar 10 diatas, *Admin* membuka menu *report* lalu halaman *report* ditampilkan oleh *e-commerce*. Setelah itu *admin* mengklik menu *sales by date* dan *E-Commerce* menampilkan laporan *sales by date*. Lalu *admin* mengexport laporan dengan mengklik tombol *ExportCSV*, setelah itu *file* laporan akan terunduh dengan *format file excel*.

3.5. Tampilan Layar

a. Tampilan Layar Keranjang Belanja

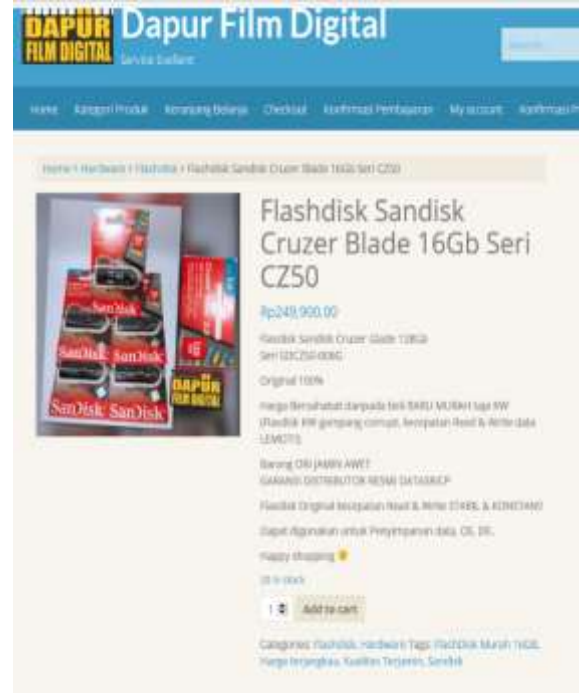


Gambar 11. Tampilan Layar Keranjang Belanja

Pada Gambar 11 diatas, merupakan tampilan layar keranjang belanja yang berupa *form* untuk menginputkan data produk, jumlah produk yang ingin diorder, lalu memilih metode pengiriman produk Jika data sudah selesai maka tekan tombol *proceed to*

checkout sehingga *order* akan tercatat atau tersimpan pada *website e-commerce*.

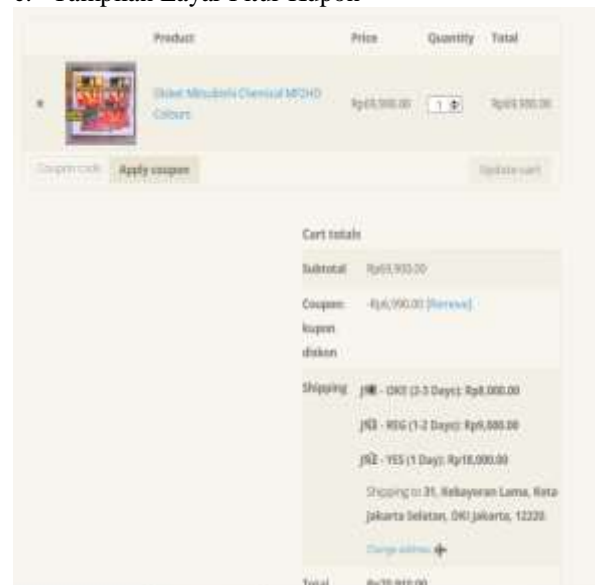
b. Tampilan Layar Home



Gambar 12. Tampilan Layar Keranjang Belanja

Pada Gambar 12 diatas, merupakan tampilan layar halaman utama *website e-commerce* untuk menampilkan produk apa saja yang tersedia pada toko dapur film digital untuk memberi informasi kepada pelanggan sehingga pelanggan tidak perlu datang terlebih dahulu ke toko.

c. Tampilan Layar Fitur Kupon



Gambar 13. Tampilan Layar Fitur Kupon

Pada Gambar 13 diatas, tampilan layar fitur kupon ini berfungsi untuk menarik minat pelanggan agar berbelanja pada *website e-commerce* toko, fitur

kupon juga berfungsi untuk memperluas jangkauan area pemasaran toko dapur film digital.

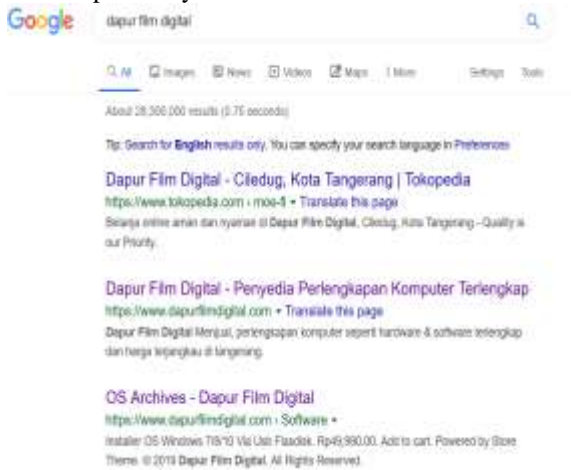
d. Tampilan Layar Laporan Sales By Date



Gambar 14. Tampilan Layar Laporan Sales by Date

Pada Gambar 14 diatas, merupakan tampilan layar dari menu *sales by date*, pada menu ini *admin* dapat memilih periode laporan yang ingin di *export* dalam bentuk *excel*, fitur ini juga berguna bagi pemilik toko dalam mengambil keputusan barang apa yang akan dijual nantinya yang menarik minat pelanggan guna meningkatkan penjualan pada toko dapur film digital.

c. Tampilan Layar SEO



Gambar 15. Tampilan Layar SEO

Pada Gambar 15 diatas, merupakan tampilan layar dari hasil *SEO* dari pencarian kata kunci “dapur film digital” pada mesin pencari *google* lalu akan terlihat bahwa halaman *website e-commerce* toko dapur film digital menempati posisi kedua pada halaman pertama mesin pencari *google*.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu memudahkan calon pelanggan pada Toko Dapur Film Digital melihat informasi barang yang diinginkan dengan

mengunjungi menu kategori pada *website e-commerce* milik toko dapur film digital, jangkauan area pemasaran toko menjadi luas karena barang yang pelanggan inginkan dapat dipesan tanpa perlu datang ke tokonya langsung dengan mengunjungi *website e-commerce* toko dapur film digital yang sudah di optimasi dalam mesin pencari *google* dan juga dapat melakukan transaksi penjualan barang tanpa adanya batasan waktu dan tempat, dan memudahkan pemilik toko dalam mengolah pencatatan penjualan produk dari berbagai kategori dengan menggunakan fitur laporan yang ada pada *website e-commerce* Toko Dapur Film Digital.

Adapun saran yang diberikan peneliti untuk pengembangan lebih lanjut agar aplikasi ini dapat menjadi lebih baik lagi yaitu, untuk kedepannya lebih banyak melakukan promosi menggunakan fitur kupon melalui *website e-commerce* agar lebih menarik minat pelanggan untuk berbelanja di Toko Dapur Film Digital dan juga *website e-commerce* ini dimanfaatkan dengan semaksimal mungkin untuk meningkatkan penjualan pada toko seperti menambahkan pilihan jasa ekspedisi, dll.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Pradana, Mahir, “Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis *E-Commerce*”, *Jurnal Neo-bis*, vol. 9, pp. 32–40, 2015.
- [2] Wijaya, T. and Pratama, D., “Rancang Bangun *Website E-Commerce* Pada Barcelona Sport”, *Jurnal Ilmiah Sisfoteknika*, vol. 4, pp. 74–84, 2014.
- [3] Sandy Kosasi, “Perancangan Sistem *E-Commerce* Untuk Produk Pembuatan Kue”, *Jurnal Teknologi Informasi*, vol.7, pp. 55–65, 2014.
- [4] Al-salam, W. M. et al., “Desain Sistem Penjual *Online* Dengan Aplikasi *Cms*”, vol. 20, pp. 513–516, 2018.
- [5] Kurniawan, F., “Strategi Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas (*BMC*) Pada Usaha Roti Jaya Bakery Lampung”, *Jurnal Manajemen Ekonomi*, vol. 1, pp 1-120, 2017.
- [6] Hayaty, M. and Meylasari, D., “Implementasi *Website* Berbasis *Search Engine Optimization (SEO)* Sebagai Media Promosi”, *Jurnal Informatika*, vol. 5, pp. 295–300, 2018.
- [7] Hendini, A., “Pemodelan *Uml* Sistem Informasi Monitoring Penjualan Dan Stok Barang (Studi Kasus: Distro Zhezha Pontianak)”, *Jurnal Informatika*, vol. 4, pp. 107–116, 2016.
- [8] Kurniawan, T. A., “Pemodelan *Use Case (UML)*: Evaluasi Terhadap beberapa Kesalahan dalam Praktik”, *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, vol. 5, pp. 77, 2018.
- [9] Kuswandi, W. Y. et al., “Sistem Informasi Pelayanan Karier Siswa Dan Alumni Berbasis *Framework Codeigniter*”, *Jurnal Interkom*, vol. 13, pp. 12–20, 2018.