

PENERAPAN *E-COMMERCE* DALAM MENUNJANG PENJUALAN PRODUK SESERAHAN STUDI KASUS: TOKO SESERAHAN INDIES

Desia Nabilla¹⁾, Agus Umar Hamdani²⁾

Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260
E-mail: desianabila30@gmail.com¹⁾, agus.umarhamdani@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

Toko Seseheran Indies adalah sebuah badan usaha yang bergerak dalam bidang penjualan produk seserahan dan paket (box+isi). Penjualan pada Toko Seseheran Indies bisa dilakukan secara datang ke toko atau melalui media instagram. Masalah yang terjadi dalam proses penjualan saat ini adalah pengolahan data masih berupa tulisan sehingga menyebabkan layanan penjualan belum efektif, seperti kesalahan dalam pencatatan pemesanan yang dapat menurunkan nilai penjualan dan sering terjadi kehilangan data penjualan, tidak adanya laporan data stock mengakibatkan sulitnya mengetahui ketersediaan produk, kurang maksimal dalam menggunakan media sosial untuk mempromosikan sebuah produk, dan customer sulit mengetahui informasi produk sesuai dengan kategorinya. Dengan adanya teknologi yang semakin canggih saat ini, sangat mungkin untuk mempermudah penjualan menjadi lebih efisien. Hal tersebut menjadi sebuah peluang untuk menangani masalah pada Toko Seseheran Indies. Dengan membuat sebuah website E-Commerce ini memanfaatkan teknologi yang ada, bisa memberikan dampak positif bagi Toko Seseheran Indies dan customer sehingga mampu bertahan dan bersaing dengan para usaha lainnya. Peneliti menganalisa model bisnis pada Toko Seseheran Indies dengan Business Model Canvas (BMC), analisis dan perancangan sistem E-Commerce menggunakan pendekatan Object-Oriented Analysis and Design (OOAD), serta mengimplementasikan dengan menggunakan Content Management System (CMS) menggunakan plugin Woocommerce. Hasil akhir dari penelitian ini adalah aplikasi E-Commerce yang dapat mempermudah proses pemesanan, pembayaran, pengiriman, pengelolaan stok produk, serta pembuatan laporan pada Toko Seseheran Indies.

Kata kunci: *e-commerce*, seserahan, paket, *content management system*

1. PENDAHULUAN

Dengan semakin pesatnya perkembangan dunia atas kebutuhan sebuah informasi yang benar, tepat, dan akurat sangat diperlukan. *E-Commerce* merupakan salah satu teknologi yang berkembang pesat penjualan dan pembelian barang dan jasa melalui jaringan elektronik seperti internet [1]. *E-Commerce* telah merubah kebiasaan perdagangan dimana interaksi antara *customer* dan penjual dilakukan secara langsung menjadi interaksi yang tidak langsung. Komponen yang terdapat dalam perdagangan diaplikasikan kedalam *e-commerce* seperti layanan produk, pembayaran, dan pengiriman.

Toko Seseheran Indies merupakan suatu bisnis yang bergerak dibidang penjualan produk seserahan, seperti hantaran seserahan, mahar, dan paketan (*box+isi*). Permasalahan yang dihadapi proses pemesanan kurang efektif karena pemesanan yang masih dilakukan dengan cara pencatatan pembukuan, sehingga menyebabkan salah pencatatan data dalam proses pemesanan barang, pemilik sulit mengetahui informasi ketersediaan produk, karena tidak adanya pencatatan data *stock* barang sehingga mengakibatkan terhambatnya proses penjualan, kurang maksimal menggunakan media sosial dalam mempromosikan sebuah produk, karena produk di *upload* secara acak tidak sesuai kategori sehingga berakibat *customer* sulit melihat produk sesuai dengan kategori yang diinginkan. Beberapa studi literatur yang menjadi rujukan peneliti antara lain :

Rujukan pertama berjudul : “Aplikasi *E-Commerce* penjualan *souvenir* pernikahan pada toko XYZ”. Permasalahan pada penelitian diatas antara lain : sistem penjualan dan pengolahan data yang masih dilakukan secara konvensional mengakibatkan terbatasnya peluang pemasaran dan proses transaksi. Metode penelitian yang digunakan yaitu *System Development Life Cycle* (SDLC) dengan model sistem aplikasi *Unified Modeling Language* (UML). Hasil dari penelitian ini yaitu aplikasi penjualan elektronik (*e-commerce*) penjualan *souvenir* pernikahan pada “XYZ” sehingga *customer* dapat memperoleh informasi secara cepat, serta dapat melakukan transaksi belanja *online* [2].

Rujukan kedua berjudul “Penerapan sistem informasi *E-Comer*ce berbasis web (studi kasus untuk vendor pernikahan)”. Permasalahan yang dibahas pada penelitian tersebut adalah kurangnya waktu dan informasi dari calon pengantin untuk mempersiapkan pernikahan menjadi permasalahan, serta sulit mendapatkan penyedia jasa pernikahan berdasarkan *budget* yang dimiliki. Metode yang digunakan yaitu *waterfall*. Hasil dari penelitian ini yaitu sebuah aplikasi *website* yang dapat menangani para calon pengantin untuk mudah mencari vendor dan aplikasi *mobile* yang dapat digunakan dengan mudah [3].

Rujukan ketiga adalah “Sistem Informasi penjualan *souvenir* berbasis web pada IC Shop Jakarta”. Permasalahan yang diangkat pada penelitian tersebut adalah proses pengolahan data yang masih

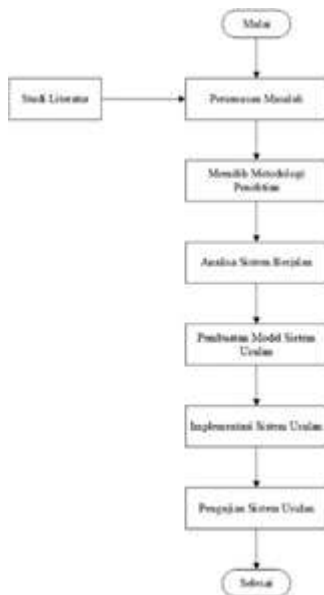
dilakukan secara manual, membutuhkan lebih banyak waktu dan tenaga, sehingga rentan terhadap terjadinya *human error* yang akan mengakibatkan data tidak akurat. Metode yang digunakan menggunakan *waterfall*. Hasil dari penelitian ini yaitu model sistem pada IC Shop yang mendukung terwujudnya penjualan secara elektronik dan membantu meningkatkan penjualan [4].

Rujukan berjudul “Model E-Commerce Dengan Metode Web Engineering Method Untuk Menunjang Pemasaran Produk Pada XYZ Pet Shop”. Yang membahas pembuatan prototipe *E-Commerce* guna menunjang aktivitas penjualan dan pemasaran produk makanan hewan peliharaan pada XYZ Pet Shop [5].

2. METODE PENELITIAN

2.1. Langkah-langkah Penelitian

Langkah-langkah penelitian yang dilakukan peneliti dalam memberikan solusi permasalahan pada Toko Seseheran Indies dijelaskan pada Gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Langkah-langkah Penelitian

Adapun langkah-langkah yang peneliti lakukan dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi di Toko Seseheran Indies, antara lain:

- a. Perumusan Masalah
Merumuskan masalah yang ada pada Toko Seseheran Indies hasil dari kegiatan observasi dan wawancara langsung kepada pemilik untuk mendapatkan gambaran keadaan organisasi.
- b. Studi Literatur
Studi Literatur dilakukan untuk mendapatkan teori tentang penjualan produk serta teori umum yang terkait dengan rumusan permasalahan. Metode yang dilakukan dengan membaca beberapa referensi dari artikel maupun skripsi yang telah dipublikasikan.
- c. Menentukan Metodologi Penelitian

Pada tahap ini, peneliti menentukan metodologi yang akan digunakan dalam menyelesaikan masalah penelitian. Adapun metodologi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan berorientasi obyek, bahasa pemrograman menggunakan *Content Management System (CMS)*.

- d. Analisa Sistem Berjalan
Dalam tahap ini peneliti menganalisa model bisnis perusahaan menggunakan *Business Model Canvas (BMC)* dengan menganalisa elemen penting pada perusahaan.
- e. Membuat Sistem Model Usulan
Peneliti melakukan identifikasi kebutuhan sistem usulan, memodelkan sistem usulan dengan menggunakan tool *Use Case Diagram, Use Case Description*, dan memodelkan data dengan *Class Diagram*.
- f. Implementasi Sistem Usulan
Peneliti mengimplementasikan model sistem usulan menggunakan bahasa pemrograman *Content Management System (CMS)*.
- g. Pengujian Sistem Usulan
Langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian (*resting*) terhadap sistem usulan yang telah dibuat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Business Model Canvas (BMC)

Analisa model bisnis yang terjadi di Toko Seseheran Indies dijelaskan pada Gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Business Model Canvas

Pada Gambar 2 adalah penjelasan tentang *Business Model Canvas* sebagai berikut:

- a. *Value Proposition*, kelebihan yang diberikan Toko Seseheran Indies kepada *customer* agar lebih mudah mengakses ke seserahan indies kapanpun dan dimana saja, proses pembayaran yang dilakukan dengan *transfer* melalui *bank*, tanpa harus datang ke toko, dan seserahan indies memiliki sebuah ciri khas yang di tawarkan kepada *customer* berupa *design* pada penjualan paket (*box+isi*).
- b. *Customer Segments*, yang menjadi kriteria atau penggolongan *customer* pada Toko Seseheran Indies yang menjadi sasaran produk yang

- dijualnya, yaitu calon pengantin, dan orang dewasa.
- c. Customer Relationship, cara Toko Seseheran Indies mempertahankan customer agar tetap memilih produk yang dijualnya yaitu dengan cara melakukan pelayanan yang cepat dan ramah, memberikan diskon produk pada sebuah item tertentu, dan memberikan informasi mengenai promo-promo yang sedang berlangsung melalui media instagram, dan website. Dengan ini, customer akan terus memilih produk Toko Seseheran Indies.
 - d. Channels, cara Toko Seseheran Indies menyampaikan informasi dan menjangkau customer secara tidak langsung melalui media WhatsApp, Instagram, E-Commerce.
 - e. Key Activities, kegiatan yang dilakukan oleh Toko Seseheran Indies agar model bisnisnya bekerja seperti jual produk seserahan, dan membuat dan mendesign paket (box+isi).
 - f. Key Resources, hal-hal paling penting yang harus dimiliki pada Toko Seseheran Indies agar bisnisnya bisa dijalankan seperti gedung, modal, tukang pembuatan seserahan.
 - g. Key Partners, rekan bisnis yang penting bagi Toko Seseheran Indies dalam membantu proses penjualannya adalah Supplier, Bank, dan Ekspedisi (JNE).
 - h. Cost Structure, modal yang dikeluarkan dalam menjalankan bisnisnya seperti biaya operasional, gaji karyawan, biaya pembelian di supplier.
 - i. Revenue Streams, sebuah pemasukan yang didapatkan pada Toko Seseheran Indies dari setiap customer segment adalah penjualan produk seserahan, penjualan paket (box+isi).

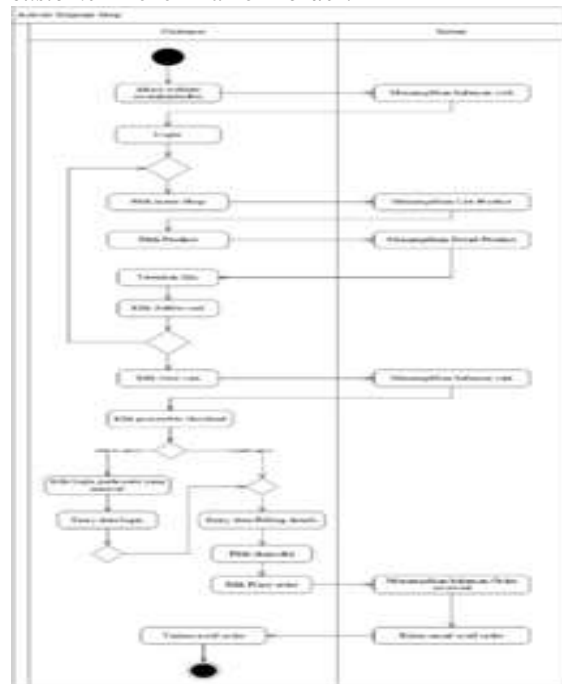
3.2. Activity Diagram

Activity diagram merupakan sebuah proses yang digambarkan dengan alur bisnis usulan yang terjadi pada Toko Seseheran Indies berikut ini:

a. Activity Diagram Shop

Customer mengakses seserahan Indies setelah itu sistem menampilkan halaman web. Customer melakukan login, kemudian pilih menu shop, dan sistem menampilkan list produk. Lalu Customer memilih produk yang ingin di order, sistem menampilkan detail produk, selanjutnya customer menentukan qtynya, dan klik add to cart. Apabila customer ingin menambahkan produk yang lain kedalam menu keranjang belanja, bisa kembali ke menu shop untuk melakukan order lagi. Selanjutnya customer klik view cart, sistem menampilkan halaman cart. Customer klik proceed to checkout, jika customer belum melakukan login diawal, maka customer klik login pada note yang muncul, lalu meng-entry kembali data login. Apabila sudah melakukan login, maka customer mengentry data billing details, pilih jasa ekspedisi, dan klik place order. Selanjutnya sistem menampilkan halaman

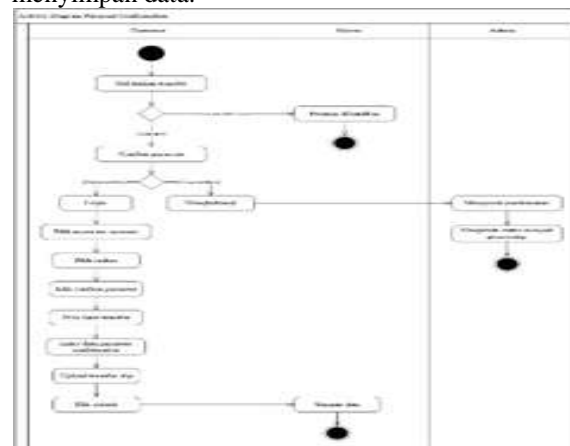
order received, mengirim email notif order, dan customer menerima norif order.



Gambar 3. Activity Diagram Shop

b. Activity Diagram Payment Confirmation

Customer melakukan transfer pada orderan yang telah dipesan. Pembayaran dilakukan 1x24 jam, apabila lewat dari 1x24 jam belum melakukan transfer, maka order yang customer telah pesan secara otomatis akan meng-cancelled. Customer yang telah melakukan transfer dijam yang telah ditentukan, customer bisa langsung confirm payment. Bagi customer yang lupa melakukan confirm langsung menghubungi admin, kemudian admin mengecek pembayaran, mengubah status menjadi processing. Dan untuk customer yang sudah melakukan confirm bisa login, setelah itu pilih menu my account, pilih orders, dan klik confirm payment. Kemudian customer mengentry data payment confirmation berupa transfer date dan transfer time. Lalu customer upload transfer slip, dan klik submit, dan sistem akan menyimpan data.



Gambar 4. Activity Diagram Payment Confirmation

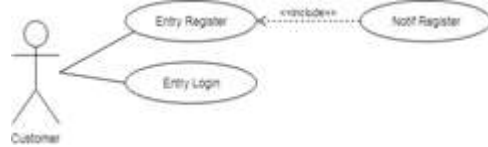
3.3. Use Case Diagram

Proses bisnis yang terjadi pada Toko Seseheran Indies digambarkan pada *Use Case Diagram* berikut ini:

a. *Use Case Diagram* Master

1) *Use Case Diagram* Master Customer

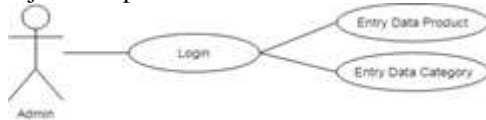
Use case diagram entry register dan login dijelaskan pada Gambar 5 berikut ini :



Gambar 5. *Use Case Diagram* Master Customer

2) *Use Case Diagram* Master Admin

Use case diagram entry login admin untuk entry data produk dan entry data kategori dijelaskan pada Gambar 6 berikut ini :



Gambar 6. *Use Case Diagram* Master Admin

b. *Use Case Diagram* Transaksi

1) *Use Case Diagram* Transaksi Customer

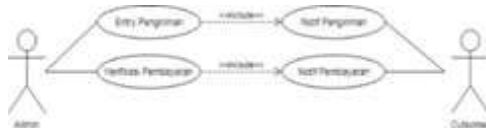
Use case diagram entry shop dan entry payment confirmation dijelaskan pada Gambar 7 berikut ini :



Gambar 7. *Use Case Diagram* Transaksi Customer

2) *Use Case Diagram* Transaksi Admin

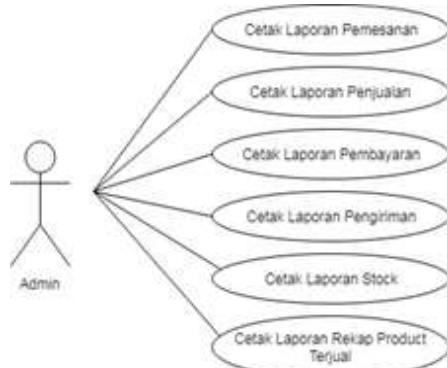
Use case diagram entry pengiriman dan verifikasi pembayaran dijelaskan pada Gambar 8 berikut ini :



Gambar 8. *Use Case Diagram* Transaksi Admin

c. *Use Case Diagram* Laporan

Use case diagram pembuatan laporan dijelaskan pada Gambar 9 berikut ini :



Gambar 9. *Use Case Diagram* Laporan

3.4. Class Diagram

Model basis data yang terdapat pada Toko Seseheran Indies yang di gambarkankan dengan *class diagram*. Yang pertama ada *class user's* yang berisi data *user* seperti *login* dan *regist* yang berelasi dengan *class woocommerce_order_item*. Selanjutnya *class woocommerce_order_items* yang berisi data *order* para *customer*, berelasi dengan *class posts* yang berisi data *product* yang memiliki relasi *class* tambahan yaitu *woocommerce_order_itemmeta* yang berisi data detil *order*. Kemudian *class term_taxonomy* yang berisi data nama *category* yang memiliki *class* tambahan antara relasi *term_taxonomy* dengan *posts* yaitu *class term_relationship* yang berisi detil *product*. Setelah itu ada *class tems* yang berisi *category product*. Lalu terdapat *class entry_value* yang berisi data *payment confirmation* yang berelasi dengan *class shipping_zone* yang berisi data pengiriman.

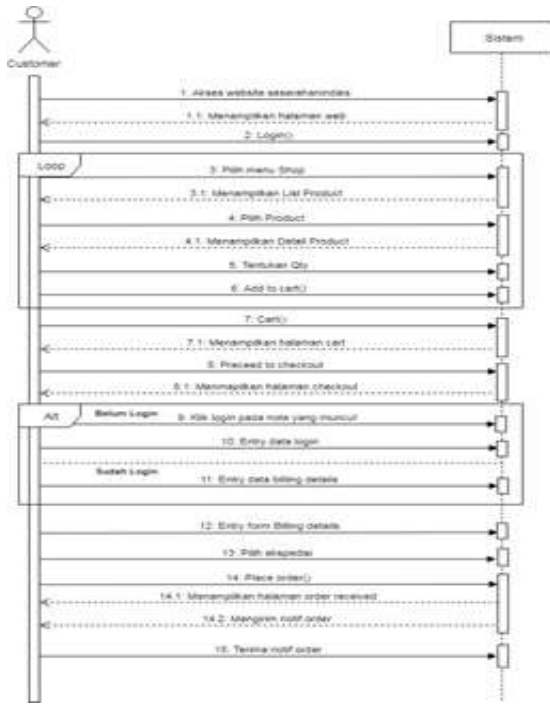


Gambar 10. *Class Diagram*

3.5. System Sequence Diagram (SSD)

a. *System Sequence Diagram* Shop

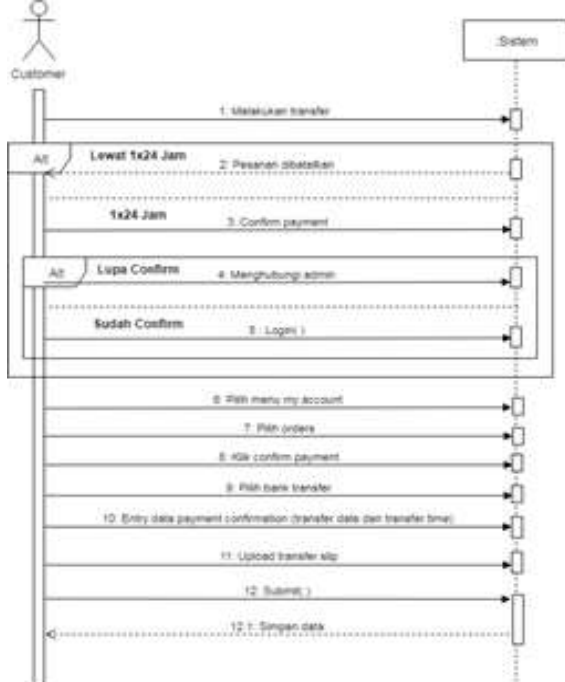
System sequence diagram yang terdapat pada proses pemesanan pada Toko Seseheran Indies dijelaskan pada Gambar 11 berikut ini:



Gambar 11. System Sequence Diagram Shop

b. System Sequence Diagram Payment Confirm

System sequence diagram yang terdapat pada proses pembayaran pada Toko Sesehan Indies dijelaskan pada Gambar 12 berikut ini:

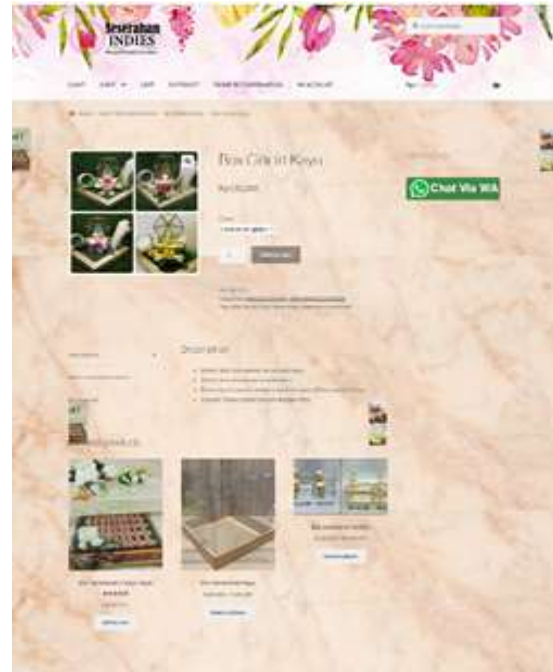


Gambar 12. System Sequence Diagram Payment Confirm

3.6. Rancangan Layar

a. Rancangan Layar Shop

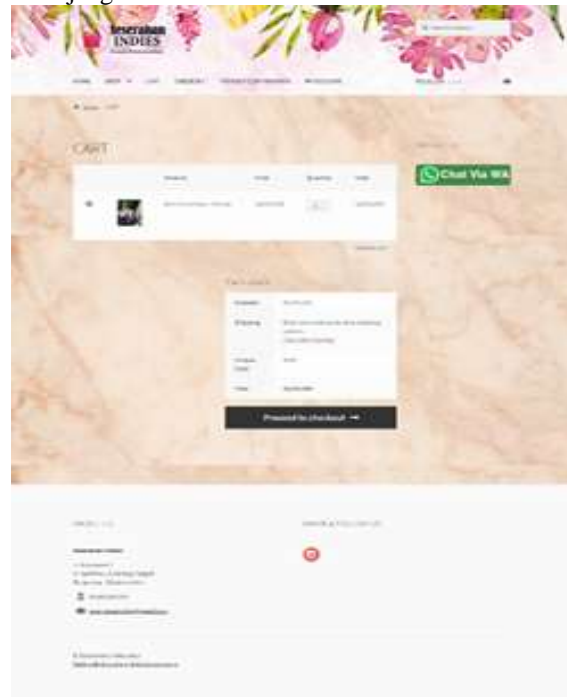
Rancangan layar menu shop ini merupakan proses pemesanan yang dimana ketika customer mengklik menu shop, dan menentukan produk mana yang ingin di order. Maka ketika diklik gambar produk akan menampilkan detail produk tersebut. Customer menentukan qty order dan mengklik add to cart.



Gambar 13. Rancangan Layar Shop

c. Rancangan Layar Cart

Rancangan layar menu cart pada tampilan ini merupakan proses barang yang telah dipilih dimasukkan kedalam list order atau keranjang belanjaan, kemudian customer ketika klik add to cart, maka akan menampilkan halaman cart yang berisi detail orders produk yang telah dimasukkan ke keranjang.

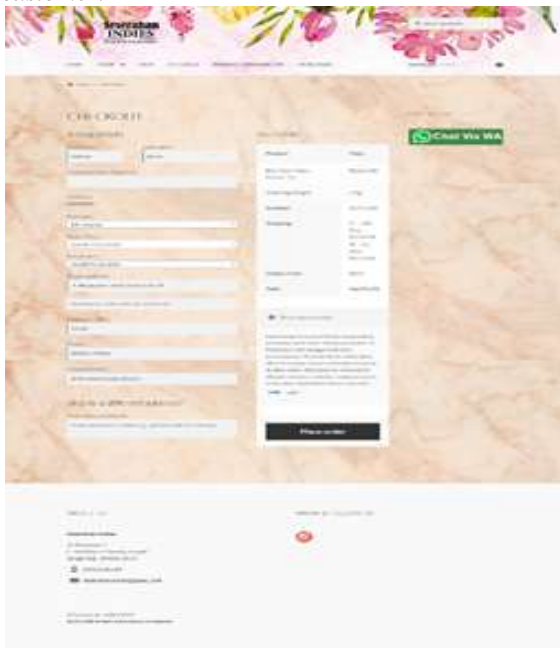


Gambar 14. Rancangan Layar Cart

b. Rancangan Layar Checkout

Rancangan layar menu checkout pada tampilan ini merupakan proses checkout ini, customer diwajibkan mengisi billing details agar informasi account lebih

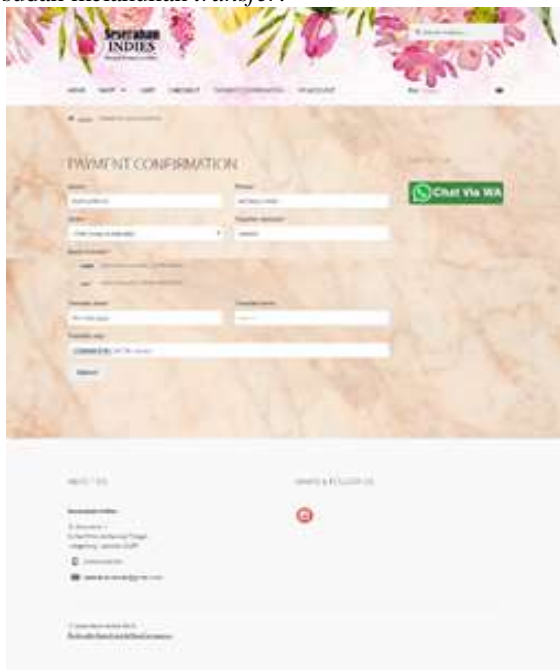
lengkap dan terhitung *shipping amount* dari alamat *customer*.



Gambar 15. Rancangan Layar Checkout

c. Rancangan Layar Payment Confirmation

Rancangan layar menu *payment confirmation* pada tampilan ini merupakan proses pembayaran yaitu jika *customer* sudah melakukan *transfer*, maka *customer* harus mengisi *form payment confirmation* beserta upload *transfer slip* sebagai bukti bahwa sudah melakukan *transfer*.



Gambar 16. Rancangan Layar Payemnt Confirmation

3.7. Hasil Keluaran Program

a. Notifikasi Order

Hasil keluaran program pada proses *shop* berupa notifikasi *order* pada Gambar 17 berikut ini:



Gambar 17. Notifikasi Order

b. Laporan Pemesanan

Hasil keluaran program pada proses data pemesanan berupa laporan pemesanan pada Gambar 18 berikut ini:

Gambar 18. Laporan Pemesanan

3.8. Search Engine Optimization (SEO)

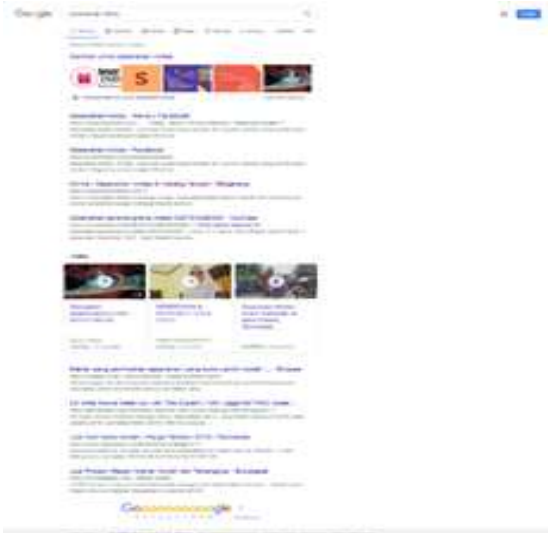
Pada optimasi *website* ini peneliti memakai teknik *SEO on Page* menggunakan metode *White Hat SEO*. *SEO on Page* adalah tahap awal yang dilakukan pada proses optimasi sebuah *website*. Teknik ini dilakukan untuk mempromosikan dan menaikkan penjualan pada Toko Sesorahan Indies.

Langkah-langkah dalam optimasi halaman *home*:

- 1) *Keyphrase*:
Sesorahan Indies Menjual Produk Sesorahan di Karang Tengah.
- 2) *SEO title*:
Home – Sesorahan Indies di Karang Tengah, Tangerang.
- 3) *Slug*:
Home-sesorahan-indies-di-karang-tengah-tangerang
- 4) *Meta Description*:
Home | Sesorahan Indies di Karang Tengah. Sesorahan Indies adalah sebuah toko yang

menjual produk seserahan dengan berbagai macam produk.

Hasil Pencarian Home Seserahan Indies:



Gambar 19. Hasil Pencarian Home Seserahan Indies



Gambar 21. Link Website

3.9. Marketing

Jenis teknik marketing yang peneliti lakukan pada Toko Seserahan Indies adalah sebagai berikut:

- 1) *Social Media*, adalah teknik yang paling mudah untuk proses marketing pada sebuah usaha. Dengan menggunakan *social media* pada Toko Seserahan Indies, dapat membantu proses promosi dan penjualan. *Social media* lah yang menjadi media penghubung antar *customer* dengan Toko Seserahan Indies.



Gambar 20. Social Media

- 2) *Link Website*, menggunakan *link website* merupakan hal yang penting untuk meningkatkan pencarian dan keberadaan situs oleh mesin pencari. Dengan menggunakan *link website* pada Toko Seserahan Indies dapat mempermudah *customer* untuk mencari sesuai dengan kata kuncinya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa dengan menerapkan *e-commerce* pada Toko Seserahan Indies membuat lebih banyak dikenal masyarakat luas dan lebih maju, dengan adanya fitur *e-commerce* yang diterapkan dapat mempermudah *customer* untuk melakukan pemesanan, sekaligus dengan adanya fitur ini dapat mempermudah *customer* saat melakukan pencarian produk melalui peng-kategori produk sesuai dengan kategorinya, dan terdapatnya fitur laporan stok produk pada aplikasi *e-commerce*, maka admin dan *customer* dapat mengetahui ketersediaan *stock* produk yang ada, sehingga dapat memperlancar saat proses penjualan,

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Maymunah, M. "Perancangan Website E-Commerce Penjualan Kripik Pisang Pada Wira Usaha Mandiri Pardasuka," *Konferensi Mahasiswa Sistem Informasi*, Vol. 2(1), 2017, pp. 23–28.
- [2] Haerulah, Edi, & Ismiyatih, Sri, "Aplikasi E-Commerce Penjualan Souvenir Pernikahan Pada Toko 'XYZ'," *Jurnal Pengembangan Riset dan Observasi Sistem Komputer*, Vol. 4(1), pp. 43–47, Maret 2017.
- [3] Sofian, Silvia, "Penerapan Sistem Informasi E-Commerce Berbasis Web (Studi Kasus Untuk Vendor Pernikahan)", *Jurnal Ilmu Teknologi Harapan(JITEKH)*, Vol. 6(2), pp. 52–57, 2017.
- [4] Riantino, Ressaydy, & Mahendra, Irfan, "Sistem Informasi Penjualan Souvenir Berbasis Web Pada IC Shop Jakarta," *Seminar Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer*, 2015, pp. 127–132.
- [5] Hamdani, Agus Umar, & Mubarak, Rakha Ruli, "Model E-Commerce Dengan Metode Web Engineering Method Untuk Menunjang Pemasaran Produk Pada XYZ Pet Shop," *Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Unisbank*, 2019, pp. 1–8.