

ANALISIS DAN PENERAPAN *E-COMMERCE* PADA TOKO ECONG SPORT MENGUNAKAN METODE *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC)

Siska Indrawati¹⁾, Samsinar²⁾

Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260
E-mail: Siskaiw97@gmail.com¹⁾, Samsinar@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

Toko Econg Sport merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang penjualan berbagai macam pakaian renang dan senam. Toko Econg Sport masih mempunyai beberapa kendala dalam melakukan proses penjualan produk Transaksi yang dilakukan saat ini hanya pelanggan datang ke toko dan membeli barang dan melalui media sosial seperti facebook, Instagram serta market place shopee. Dengan hanya mengandalkan sistem penjualan dari media market place dan media social yang dirasa masih kurang dalam memperbanyak tingkat penjualan barang. Untuk itu adanya E-Commerce dapat memberikan kemudahan bagi para pelanggan untuk melakukan transaksi penjualan melalui website dan pelanggan dapat membeli pakaian dimana saja tanpa perlu datang ke toko. Tujuan dari penulisan ini adalah membangun suatu website penjualan pada toko econg sport untuk membantu pemilik toko dalam melakukan transaksi jarak jauh. Metode Analisis yang digunakan dalam menentukan, mengidentifikasi serta mengevaluasi model bisnis yang diterapkan pada Toko Econg Sport dengan menggunakan Model Business Canvas. Penelitian ini menggunakan teknik mesin pencarian atau Search Engine Optimazion (SEO) yang akan di gunakan supaya trafik pengunjung dapat meningkat halaman website dan juga dapat di gunakan agar sebuah halaman website dapat di telusuri dengan baik di halaman pencarian google. Salah satu indicator utama keberhasilan SEO adalah semakin keyword tertentu di search engine. Semakin tinggi posisi website dengan keyword tertentu di optimasi search engine, maka pengunjung atau visitor akan semakin tinggi juga yang berkunjung ke website.

Kata kunci: E-commerce, IFML, SEO, BMC.

1. PENDAHULUAN

Sektor bisnis merupakan *sector* yang paling banyak terkenadampak dikarenakan adanya perkembangan telekomunikasi dan teknologi informasi serta pertumbuhan paling cepat. Untuk mengatasi masalah tersebut, kini muncul transaksi bisnis yang menghubungkan produsen dengan konsumen melalui internet yang disebut *E-Commerce* menurut [1] merupakan cara pandang dari seorang pelanggan untuk dapat membeli produk yang diinginkan secara online, *Ecommerce* sendiri adalah sebuah produk yang dapat langsung dijual melalui internet baik untuk pelanggan, atau untuk bisnis. Melalui *E-Commerce*, kita akan mendapatkan kesempatan dan peluang yang sama untuk bias bersaing dan berhasil berbisnis di internet. Trend penjualan saat ini yang sangat populer adalah *E-Commerce* telah menawarkan berbagai kemudahan dalam pemesanan dan transaksi pembelian barang.

Toko Econg Sport merupakan sebuah bidang usaha penjualan berbagai macam pakaian renang dan senam. Toko Econg Sport masih memiliki beberapa kendala dalam melakukan proses penjualan produk. Transaksi yang dilakukan saat ini hanya pelanggan datang ke toko dan membeli barang dan melalui media sosial seperti facebook, Instagram serta market place shopee. Dengan hanya mengandalkan sistem penjualan dari media *market place* dan media social yang dirasa masih kurang dalam memperbanyak tingkat penjualan barang.

Permasalahan yang dihadapi dalam proses penjualan produk pakaian khususnya untuk penjualan baju senam dan renang pada pelanggan Econg sport salah satunya pencatatan laporan penjualan masih ditulis kedalam pembukuan sehingga di khawatirkan rusak dan sulit untuk diketahui.

Tujuan dari penulisan penelitian ini adalah merancang dan membuat aplikasi *E-Commerce* yang memberikan informasi-informasi terbaru mengenai berbagai macam jenis pakaian yang dijual. Sedangkan manfaat dari penelitian ini diharapkan agar *volume* penjualan dapat meningkat produk dan jumlah pelanggan dapat meningkat.

Dalam menyusun penelitian ini, penulis meninjau penelitian sebelumnya yang ada, diantaranya adalah Penelitian yang dilakukan oleh [2] dengan judul “Optimasi *E-Commerce* dengan Penerapan Teknik SEO (*Search Engine Optimization*) untuk Meningkatkan Penjualan pada UKM Nida Sasirangan menjelaskan tentang Nida Sasirangan yang merupakan toko terbesar di Banjarmasin. Penjualan masih terbatas hanya berada di Banjarmasin. Toko ini sempat mempunyai *website* tetapi tidak terpakai karena tidak adanya optimasi *search engine* di *website* tersebut. Penjualan juga dilakukan hanya sebatas pelanggan datang ke toko. Adanya kegiatan ini sehingga dilakukannya pembuatan *website* baru dan diterapkannya optimasi *search engine* supaya dapat melakukan pencarian digoogle. Dengan penelitian ini diharapkan Toko Nida

Sasirangan dapat meningkatkan penjualannya dan pelanggan yang membeli produk ditoko Nida Sasirangan tidak hanya dari kota Banjarmasin tetapi juga luar kota bahkan luar negeri.

Penelitian yang dilakukan oleh [3] dengan judul “Penerapan Model Bisnis Kanvas Terhadap Bisnis Jasa Angkut Penumpang Pada PT Internasional Golden Shipping” merupakan usaha dibidang jasa angkut penumpang. Rumusan masalah yang ada pada kegiatan penelitian ini adalah bagaimana BMC (*Business Modeling Canvas*) dapat diterapkan. Jenis kegiatan ini menggunakan deskriptif kualitatif yang mengacu pada deskripsi secara kualitatif tentang BMC pada PT Internasional Golden Shipping dan di kembangkan menggunakan analisis SWOT pada tiap elemennya. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara dan dokumentasi.

Penelitian yang dilakukan oleh [4] dengan judul “Perancangan dan Pengembangan Toko Online dengan Metode Interaction Flow Modeling Language (Studi kasus Toko Winata)” ini, penulis merancang dan mengembangkan toko online dengan studi kasus Toko Winata dan menggunakan metode Interaction Flow Modeling Language (IFML). Fungsi dari metode IFML adalah dapat membuat komunikasi desain interaksi jadi lebih mudah. Fokus penelitian ini adalah pada tampilan antar muka yang menarik, kemudahan penggunaan, serta penyampaian informasi produk kepada konsumen dengan memanfaatkan website sebagai salah satu layanan secara online. Penelitian ini akan membahas mengenai penjualan produk dan interaksi dengan konsumen secara online. Dengan adanya toko online ini diharapkan dapat memberikan peningkatan pendapatan pada Toko Winata dan ruang lingkup yang luas dan memperbanyak waktu sehingga dapat menjawab persoalan transaksi penjualan secara langsung.

2. METODE PENELITIAN

Gambar 1 adalah kerangka pikiran yang didalamnya terdapat masalah pada penelitian dalam menerapkan *E-Commerce Website* dan *SEO* pada toko econg sport. Seperti masalah yang terjadi pada toko econg sport, pendekatan, tindakan, tujuan dan hasil.



Gambar 1. Metode Penelitian

2.1 Metode Pengumpulan Data

Di dalam penelitian ini, Teknik yang dilakukan untuk mengumpulkan sebuah data. Hal ini harus diperhatikan pada sebuah proses analisis data serta hasil dari kesimpulan suatu penelitian.

a. Wawancara

Merupakan metode yang dilakukan dengan bertatap muka secara langsung dengan memberi beberapa pertanyaan kepada pemilik toko.

b. Observasi

Merupakan metode yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung suatu keadaan atau situasi dari sebuah subjek penelitian.

c. Teknik Dokumentasi

Metode yang dilakukan dengan cara menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh pemilik toko.

2.2 Teknik Analisis Data dan Penggunaan Tools

Di dalam penelitian ini terdapat Teknik Analisa Data dan Penggunaan *Tools* sebagai berikut:

a. Analisis Proses Bisnis

Dilakukan untuk mengidentifikasi dampak dari kegiatan pada toko econg sport dalam menciptakan nilai atau menambah nilai terhadap bisnis yang ada pada toko econg sport.

b. Analisis Masalah

Analisis masalah di buat dengan menguraikan sebab-akibat permasalahan yang terjadi di dalam setiap proses sistem berjalan.

c. Perancangan Sistem

Merancang sebuah sistem digunakan sebuah diagram untuk membuat model dari sistem yang akan terbentuk dan di operasikan oleh actor yaitu *Use Case diagram*.

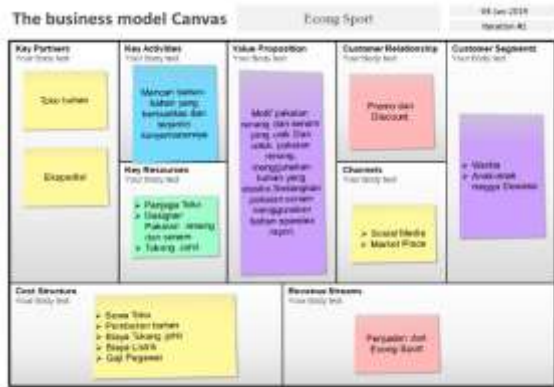
2.3 Model Analisis

Untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi model bisnis yang diterapkan pada toko econg sport, BMC merupakan alat pembuat model bisnis yang sudah banyak dikenal dalam dunia kerja karena fungsinya dalam menggambarkan elemen-elemen inti pada sebuah bisnis yang diletakan kedalam selembar kanvas. Dengan menggunakan BMC, Pemilik toko akan sangat mudah menentukan bagaimana strategi bisnis yang harus di lakukan kedepannya dan mempecepat perancang bisnis untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan bisnis kita.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Business Model Canvas

Menurut [5] adalah Model bisnis yang terdiri dari 9 aktivitas bisnis yang dijabarkan ke dalam satu lembar kanvas. Pada gambar 2 Terdapat 9 aktivitas bisnis dari model konseptual yang dimiliki oleh Toko Econg Sport:



Gambar 2. Business Model Canvas

a. Value Proposition

Blok ini berisi tentang bagaimana bisnis ini dapat terlihat menarik perhatian pelanggan. Inovasi yang ditawarkan pada toko econg sport adalah motif pakaian renang yang unik dan menggunakan bahan yang elastis, sedangkan untuk pakaian senam menggunakan bahan *spandex rayon*.

b. Customer Segments

Pelanggan potensial pada bisnis econg sport adalah untuk wanita dan anak-anak hingga dewasa.

c. Revenue Streams

Blok ini berisi tentang penghasilan apa saja yang didapat selain penghasilan dari penjualan toko econg sport. Saat ini pemasukan hanya dari penjualan Toko econg sport.

d. Key Activities

Key Activities yang dilakukan pada toko econg sport adalah mencari bahan-bahan yang berkualitas dan terjamin kenyamanannya.

e. Key Resources

Sumber daya yang harus dimiliki toko agar dapat menciptakan pendapatan. Pada toko econg sport *key resource* terdiri atas Penjaga toko dan *designer* pakaian renang dan senam.

f. Customer Relationship

Blok ini berisi tentang bagaimana bisnis kita dapat terus diingat oleh para pelanggan. Yang ditawarkan pada toko econg sport adalah adanya Promo dan Discount.

g. Channels

Channel adalah media yang bisnis kita gunakan untuk memberi solusi yang kita tawarkan supaya sampai ke konsumen. Channels yang digunakan pada toko econg sport antara lain; Media sosial seperti facebook dn Instagram, juga di market place yaitu shopee.

h. Key Partner

Partner yang mendukung bisnis toko econg sport agar selalu kompetitif. Mitra bisnis pada econg sport antara lain: Toko bahan, Tukang jahit dan Ekspedisi.

i. Cost Structure

Faktor-faktor yang membentuk biaya apa saja yang harus dikeluarkan. Biaya yang dibutuhkan pada toko econg sport antara lain Sewa toko, pembelian bahan, Biaya tukang jahit, Biaya listrik dan Gaji pegawai.

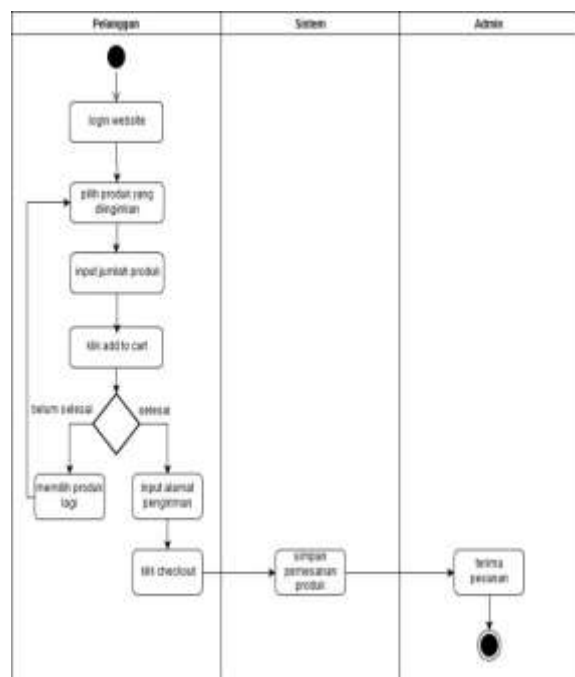
3.2 Proses Bisnis

Proses bisnis yang diajukan oleh penulis yaitu sistem *E-commerce* yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja pada Toko Econg Sport.

Activity Diagram menurut [6] adalah Teknik untuk mendeskripsikan proses bisnis, logika *procedural* dan susunan kerja dalam urutan tertentu yang dimaksudkan untuk membantu kelancaran operasional dan produktivitas organisasi. Berikut adalah Proses bisnis usulan pada Toko Econg Sport.

a. Proses Pemesanan

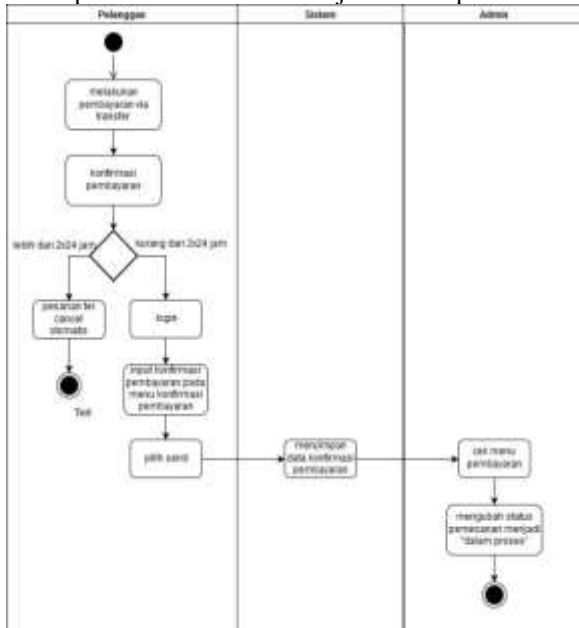
Gambar 3 adalah Proses pemesanan yang dilakukan dengan cara pelanggan login *website* kemudian memilih produk yang ingin di beli lalu klik *add to cart* untuk memasukan jumlah produk yang dipesan kedalam keranjang belanja (*cart*). Jika ingin memilih produk lain, pelanggan dapat kembali kehalaman sebelumnya dan melihat prduk, jika sudah selesai, pelanggan akan diminta mengisi alamat lengkap kemudian pelanggan masuk pada bagian *checkout* untuk menyelesaikan proses pemesanan dan admin akan menerima pesanan.



Gambar 3. Activity Diagram Proses Pemesanan

b. Proses Konfirmasi Pembayaran

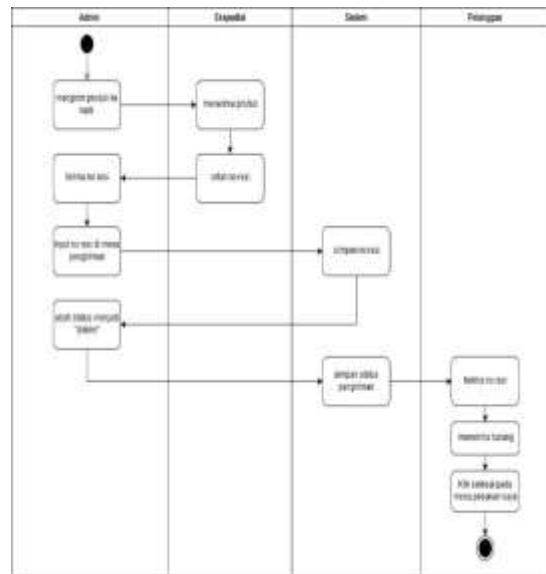
Gambar 4 adalah proses konfirmasi pembayaran, Ketika sudah melakukan pembayaran via Bank dengan No.Rekening yang tertera pada website. Batas konfirmasi pembayaran selama 2 x 24 jam, maka jika pembayaran sudah melewati batas yang ditentukan, status pemesanan otomatis *cancel*. Jika pelanggan sudah melakukan pembayaran dan menginput bukti pembayaran pada menu konfirmasi pembayaran lalu klik send, sistem akan mengecek meyimpan konfirmasi pembayaran lalu admin dashboard untuk mengubah status pembayaran menjadi lunas dan status pemesanan berubah menjadi dalam proses.



Gambar 4. Activity Diagram Proses Konfirmasi Pembayaran

c. Proses Pengiriman

Gambar 5 adalah Proses Pengiriman, Ketika Admin melakukan pengiriman, akan mendapat no.resi dan input no.resi di bagian menu pengiriman. Dan sistem akan berubah status menjadi dikirim. Setelah itu otomatis pelanggan akan mendapatkan no.resi untuk bias dilacak keberadaan barang pada menu pesanan saya. Setelah barang sampai ke pelanggan, pelanggan klik tombol selesai.



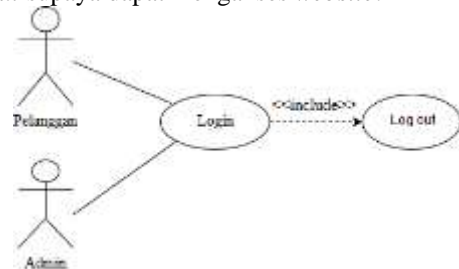
Gambar 5. Activity Diagram Proses Pengiriman

3.3 Use Case Diagram

Use Case Diagram menurut [6] adalah mendeskripsikan fungsi sebuah sistem dari sudut pandang pengguna, cara kerja Use Case adalah bagaimana sebuah sistem dapat dipakai dengan cara menguraikan jenis komunikasi antara pengguna sistem dengan sistemnya itu sendiri melalui sebuah cerita. Dibawah ini Use Case Diagram yang digambarkan:

a. Use case diagram Login

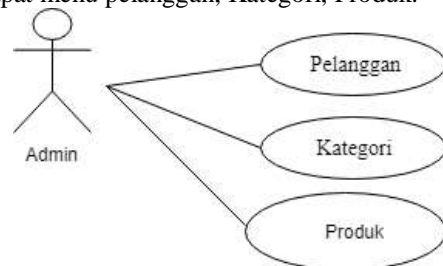
Gambar 6 merupakan use case diagram login yang terdiri dari dua actor yaitu Pelanggan dan admin. Pelanggan dan admin dapat melakukan login dan logout supaya dapat mengakses website.



Gambar 6. Use Case Diagram Login

b. Use Case Diagram Master

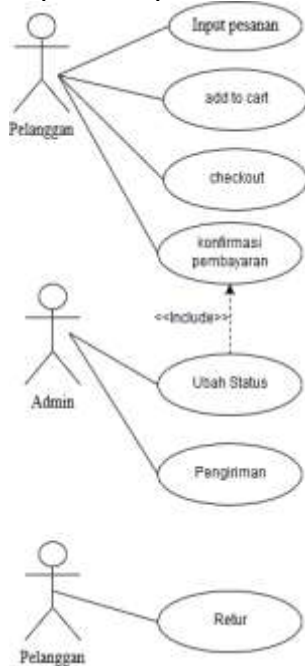
Gambar 7 merupakan use case diagram master yang terdiri dari actor Admin. Didalam Master terdapat menu pelanggan, Kategori, Produk.



Gambar 7. Use Case Diagram Master

c. Use Case Diagram Transaksi

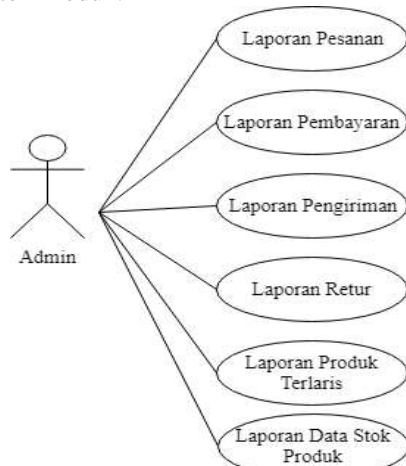
Dibawah merupakan *use case diagram* transaksi yang terdapat dari 2 actor yaitu pelanggan dan admin. Actor pelanggan dapat melakukan Input Pesanan, add to cart, checkout, Konfirmasi Pembayaran dan Retur. Pada actor admin dapat melakukan ubah status dan pengiriman. Dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Use Case Diagram Transaksi

d. Use Case Diagram Laporan

Gambar 9 dibawah merupakan *use case diagram* laporan yang terdiri dari 1 actor yaitu hanya admin. Dimana admin dapat melakukan cetak laporan pesanan, laporan pembayaran, laporan Pengiriman, laporan Retur, laporan produk terlaris dan Laporan Data Stok Produk.

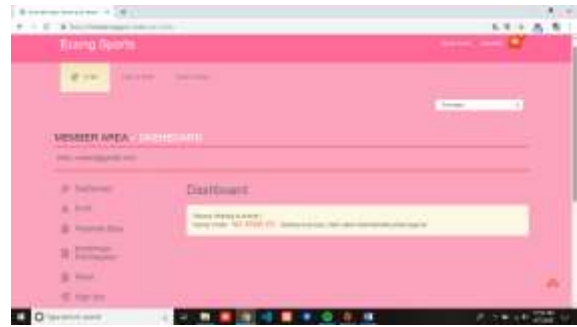


Gambar 9. Use Case Diagram Laporan

3.4 Rancangan Layar

a. Rancangan Layar Dashboard Pelanggan

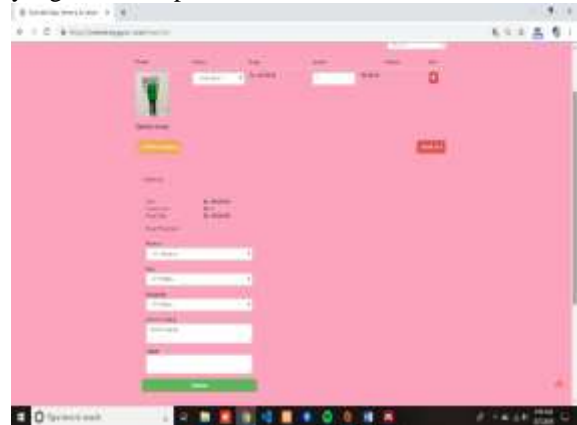
Gambar 10 merupakan rancangan layar *Dashboard Pelanggan*, yang berisikan Tampilan awal halaman *website* pelanggan.



Gambar 10. Rancangan Layar Dashboard Pelanggan

b. Rancangan Layar Pengiriman

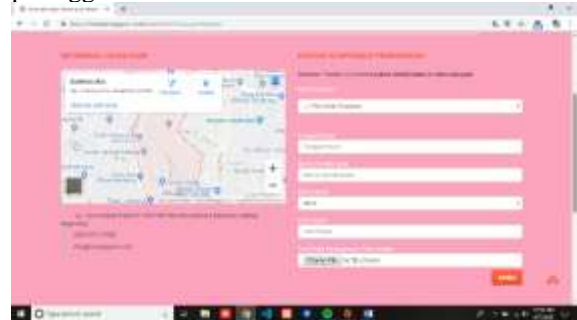
Gambar 11 merupakan rancangan layar Pengiriman, yang harus di isi pada *form* Detail barang yang akan kita pesan.



Gambar 11. Rancangan Layar Pengiriman

c. Rancangan Layar Detil Konfrimasi Pembayaran

Gambar 12 merupakan rancangan layar detail pengiriman yang berisikan *order details* pesanan pelanggan.



Gambar 12. Rancangan Layar Konformasi Pembayaran

4.5 Strategi Search Engine Optimization (SEO)

Menurut [7] *SEO* adalah sebuah proses bagaimana sebuah mesin pencari dapat meningkatkan nilai indeks peringkat yang tinggi dalam sebuah halaman *website* atau dapat digunakan sebagai peningkatan jumlah akses kunjungannya.

Berikut adalah Optimasi *Website* yang detrapkan *SEO* dengan membuat peta situs yang berbasis XML untuk menjabarkan informasi yang berhubungan dengan halaman dan konten yang ada pada *website* Econg Sport:

1) Penerapan *Meta Tag Title*

Penempatan *Meta tag title* pada umumnya dibawah tag "<head>". Gambar 13 merupakan tampilan *meta tag title* yang mengandung *keyword* yang sesuai dengan *website*.

```
<meta name="title" content="Konveksi Baju Renang & Senam | Econg Sports">
```

Gambar 13. *Meta Tag Title*

2) Penerapan *Meta Tag Description*

Fungsi dari *Meta tag Description* adalah untuk menguraikan keterangan singkat hal yang ada di dalam *website* kita, sehingga bisa dilihat oleh user saat mencari informasi di *search engine*. Gambar 14 merupakan gambar *Meta tag description*.

```
<meta name="description" content="Econg Sport adalah Konveksi Baju Renang & Senam dengan kualitas terbaik di Indonesia">
```

Gambar 14. *Meta Tag Description*

3) Penerapan *Meta Tag Keyword*

Meta Tag Keyword merupakan kode-kode html yang ada di halaman sebuah *website*. Fungsinya adalah memberikan informasi tambahan tentang isi dari halaman *website* di dalam *search engine*. Gambar 15 merupakan gambar *Meta tag Keyword*.

```
<meta name="keywords" content="econg sport, toko baju renang online, toko baju senam online, konveksi baju renang">
```

Gambar 15. *Meta Tag Keyword*

4. KESIMPULAN

Berikut dapat diambil kesimpulan perihal Analisa dan penerapan *E-Commerce* pada toko econg sport dengan menggunakan metode BMC yaitu didalam *website e-commerce* ini menyediakan Laporan-laporan diantaranya Laporan Pesanan, Laporan Pembayaran, Laporan Pengiriman, Laporan Retur, Laporan Produk Terlaris, Laporan Data Stok Produk. Laporan tersebut ditunjukkan kepada pemilik toko sehingga mempermudah pencatatan laporan didalam *website* dan tidak lagi ditulis kedalam pembukuan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Haryanti, Sri and Tri Irianto Tjendrewaseno. (2011). Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus. *Journal Speed – Sentra Penelitian Engineering & Edukasi*, Vol.3(1), pp. 8–14, 2011.
- [2] Pratomo, A, Effan Najwaini, Mey Risa, and Agus Irawan. (2018). Optimasi E-Commerce Dengan Penerapan Teknik Seo (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UKM Nida Sasirangan. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*.Vol.1(1), pp. 35–47.
- [3] Kurniasari, Riza, Dwi Kartikasari. (2018). Penerapan Model Bisnis Kanvas Terhadap Bisnis Jasa Angkut Penumpang Pada PT Internasional Golden Shipping. *Journal of Applied Managerial Accounting*. Vol.2(1), pp. 6–14.
- [4] Suryanto, Putra Steven, Timphy John Pattiasina and Anggya Soetarmono. (2017). Perancangan dan Pengembangan Toko Online dengan Metode Interaction Flow Modeling Language (Studi Kasus Toko Winata). *Teknika*, Vol.6(1), pp. 7–18.
- [5] Ita, Athia, Ety Saraswati and Andi Normaladewi. (2018). Penerapan Business Model Canvas (BMC) Untuk Mendorong Mindset Kewirausahaan Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Malang. *Jurnal Ketahanan Pangan*. Vol.2(1) pp. 66–75.
- [6] Diana, Anita, (2017). Rancang Bangun Sistem Informasi Dengan Metodologi Berorientasi Obyek. *BIT*. Vol.14(1), pp.7–15. ISSN: 1693-9166.
- [7] Saefullah, A. (2015). Analisa Pengaruh Penggunaan Search Engine Optimization (SEO) Pada Website *E-Commerce* Program Studi Teknik Informatika, Universitas Islam Attahiriyah, *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*, (SESINDO2015), pp.2–3, ISBN: 978-979-18985-9-1.