

# SISTEM PENJUALAN BERBASIS *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN METODE *BUSINESS MODEL CANVAS* UNTUK MENDUKUNG PENJUALAN PADA PT. AKSES MANDIRI INDONESIA

Laily Fitria<sup>1)</sup>, Dian Anubhakti<sup>2)</sup>

Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur  
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260  
E-mail : [lailyfitria21@outlook.com](mailto:lailyfitria21@outlook.com)<sup>1)</sup>, [dian.anubhakti@budiluhur.ac.id](mailto:dian.anubhakti@budiluhur.ac.id)<sup>2)</sup>

## Abstrak

*PT. Akses Mandiri Indonesia berawal dari adanya masalah pemasaran yang tidak maksimum dan tidak ada media untuk memudahkan proses pemasaran dan juga penjualan pada pelanggan diluar kota untuk melakukan transaksi, dan untuk pemasaran produk tiap hari nya maka dibutuhkan nya sistem penjualan online di PT. Akses Mandiri Indonesia . penjualan online adalah salah satu proses bisnis yang menghubungkan antara penjual dan pembeli melalui transaksi elektronik yang membantu pihak penjual dalam pemasaran yang maksimal. Penelitian ini menerapkan metode business model canvas ini yang bertujuan untuk memberikan alternatif future business model canvas bagi PT. Akses Mandiri Indonesia serta mencakup pasaran yang lebih luas dalam promosi dan penjualan. Penelitian ini dapat langsung diterapkan untuk memecahkan permasalahan pada PT. Akses Mandiri Indonesia.*

**Kata kunci:** penjualan, kontrol akses, business model canvas

## 1. PENDAHULUAN

Perusahaan tentunya memiliki tujuan suatu proses bisnis yang baik, Proses bisnis terdiri dari serangkaian kegiatan yang dilakukan dalam koordinasi di dalam lingkungan organisasi dan lingkungan teknis. Kegiatan ini bertujuan untuk mewujudkan tujuan bisnis. Dengan adanya proses bisnis yang baik dan benar maka kegiatan yang berjalan di dalam suatu organisasi atau perusahaan tersebut lebih efektif dan efisien.

Pada saat ini, sistem belanja *online* juga tidak luput dari rancangan proses bisnis yang baik, proses bisnis dan model bisnis yang tepat akan dapat memberikan dampak baik secara berkepanjangan bagi perusahaan. Sistem penjualan *e-commerce* merupakan sistem penjualan berbasis *website* yang dapat menyediakan pelayanan secara 24 jam kepada pelanggan. Pelanggan pun dapat melakukan pemesanan dan pembelian tanpa batasan tempat dan waktu. Perusahaan dapat memperluas penjualan hingga dapat peluang ke pasar nasional bahkan internasional. Perusahaan dapat dengan mudah menemukan lebih banyak pelanggan.

PT. Akses Mandiri Indonesia merupakan perusahaan yang berdiri dalam bidang Distributor Mesin Absensi dan *Security Sistem*. yang menyediakan solusi untuk instalasi Mesin Absensi, *Handle Pintu*, *Access Control*, *Tripod Trunstile*, *Controller* untuk kebutuhan di perkantoran, perhotelan, sekolahan, rumah sakit dan lain-lain. PT. Akses Mandiri Indonesia mengharapkan dapat memperoleh peningkatan penjualan secara maksimal dengan ada nya penjualan menggunakan *e-commerce*. Bahkan membantu memudahkan proses penjualan dan membuat lebih cepat dan efisien. Serta penjual bisa memberikan layanan pelanggan yang lebih baik.

Berbelanja secara *online* memberikan banyak keuntungan bagi pelanggan dapat berbelanja lebih cepat dan mudah dalam memilih barang yang diinginkan tanpa harus keliling pusat perbelanjaan, hal

ini mengurangi biaya dan tenaga yang harus dikeluarkan, ada banyak jenis barang yang ditawarkan pun menjadi salah satu alasan bagi pelanggan untuk berbelanja *online*. Kemudahan penggunaan aplikasi belanja pada *gadget* menjadi daya tarik bagi pelanggan, layanan pembayaran lebih banyak pilihan bisa cash atau dicicil dengan cara transfer via *e-banking*, *e-money*, *cash on delivery* (COD) dan lain sebagainya. Perubahan strategi pemasaran mutlak diperlukan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Pada dasarnya pemasaran melalui *internet* adalah pelanggan dapat berhubungan langsung dengan penjual seperti *Direct Marketing* tidak peduli dimana penjualnya atau pembelinya menembus batas jarak, mempersingkat waktu.

*E-commerce* perdagangan elektronik atau yang disebut juga *e-commerce*, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan populer dari *e-commerce* adalah penggunaan *internet* dan komputer dengan browser *Web* untuk membeli dan menjual produk. [1].

Bagi Perusahaan memperpendek jarak perusahaan dapat lebih mendekatkan diri dengan konsumen. Dengan hanya meng-klik tautan-tautan yang ada pada situs, pelanggan dapat menuju ke perusahaan dimanapun saat mereka berada. Perluasan pasar dimana jangkauan pemasaran menjadi semakin luas dan tidak terbatas oleh lokasi dimanapun perusahaan berada.

- a. Bagi Perusahaan perluasan pasar jangkauan pemasaran menjadi semakin luas dan tidak terbatas.
- b. Pelanggan lebih efektif pelanggan dapat memperoleh informasi tentang produk yang dibutuhkannya dan bertransaksi dengan cara yang cepat dan mudah.

- c. Keuntungan bagi masyarakat umum, Membuka peluang kerja baru era perdagangan elektronik akan membuka peluang kerja baru bagi mereka yang tidak buta teknologi muncul pekerjaan baru seperti pemrograman komputer, perancangan web, ahli di bidang basis data, analisis sistem, ahli di bidang jaringan komputer, dan sebagainya. [2].

*Business Model Canvas* (BMC) adalah sebuah *tools* atau alat yang dirancang untuk membangun dan menggali sebuah ide bisnis. Alat yang dikembangkan oleh kolega-koleganya ini adalah sebuah alat visual satu halaman yang terdiri dari sembilan kotak yang memperlihatkan cara berpikir tentang bagaimana sebuah perusahaan menghasilkan uang. [3]

*Business Model Canvas* (BMC) terbagi menjadi sembilan bagian utama digunakan dalam penelitian *Business Model Canvas* (BMC), yaitu:

- a. *Customer Segments*
- b. *Value Propositions*
- c. *Customer Relationships*
- d. *Revenue Streams*
- e. *Key Resources*
- f. *Key Activities*
- g. *Key Partnerships*
- h. *Cost Structure*

*Search Engine Optimization* (SEO) adalah teknik yang digunakan untuk mendapatkan posisi yang menguntungkan di mesin pencari yang sesuai dengan kata kunci yang berada di halaman *website*

Tujuan dari *Search Engine Optimization* (SEO) adalah agar *web* atau blog selalu berada di halaman terdepan dan teratas dari suatu *Search Engine*, sehingga selalu berada di posisi teratas, maka besar kemungkinan *web* atau blog sering dikunjungi. Secara garis besar, teknik yang digunakan dalam penerapan metode *Search Engine Optimization* (SEO) ada dua, yaitu:

- a. *Search Engine Optimization* (SEO) *On Page*: Merupakan sebuah teknik *Search Engine Optimization* (SEO) yang difokuskan untuk optimasi pada internal *website*. Aktifitas *on Page* ini menyangkut rekayasa terhadap elemen dan isi sebuah *website*. Berikut bagan dari *Search Engine Optimization* (SEO) *On Page*.
- b. *Search Engine Optimization* (SEO) *Off Page*: Merupakan langkah optimasi *Search Engine Optimization* (SEO) terhadap suatu *website* yang dilakukan diluar halaman (eksternal) *website* tersebut. Metode optimasi *off page* sangat erat kaitannya dengan *backlink*. *Backlink* adalah *link* dari *website* lain ke *website* yang dimaksud. Sebuah *backlink* dapat dibartakan sebuah rekomendasi, semakin banyak yang merekomendasikan sebuah *website* maka akan semakin besar pula *website* tersebut dalam mendapatkan perhatian dari mesin pencari.

Berikut bagan dari *Search Engine Optimization* (SEO) *On Page*. [4].

Penjualan adalah merupakan upaya dalam mengembangkan rencana strategis yang ditunjukkan pada bisnis untuk memenuhi kebutuhan dan juga keinginan pembeli dalam memperoleh penjualan yang akan mendapatkan keuntungan. [5].

Pelanggan adalah seseorang yang secara berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut [6].

*Finger Print* adalah Salah satu penerapan teknologi guna mencapai tujuan dalam meningkatkan efektifitas kinerja karyawan adalah dengan meningkatkan kedisiplinan kerja yaitu dengan menggunakan alat *finger print*. Mesin absensi sidik jari atau *finger print* adalah mesin absensi yang menggunakan sidik jari, dimana sidik jari tiap orang berbeda-beda oleh karena itu mesin tersebut otomatis tidak dapat dimanipulasi. Proses yang dilakukan dalam *finger print* akan menghasilkan laporan yang dapat dibuat dengan cepat dan tepat.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Identifikasi

Tahap permulaan dari penguasaan masalah di mana dalam suatu jalinan tertentu bisa di kenali sebagai suatu masalah, Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Sehingga membutuhkan pengumpulan data untuk diteliti secara lebih mendalam.

### 2.2 Metode Pengumpulan Data

#### a. Wawancara

Metode ini dilakukan dalam pelaksanaan pengumpulan data dilapangan dengan penulis mengajukan pertanyaan yang berhubungan dengan proses pembuatan sistem *e-commerce*. Dari hasil wawancara yang di dapat, penulis juga mendapatkan dokumen yang akan digunakan untuk mendukung pembuatan sistem *e-commerce* pada PT. Akses Mandiri Indonesia.

#### b. Observasi

Pengamatan yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data melalui pengamatan lingkungan kerja dan aktivitas yang dapat dipelajari sehingga memperoleh data-data yang diperlukan oleh penulis untuk mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan proses pembuatan sistem *e-commerce* pada PT. Akses Mandiri Indonesia.

#### c. Metode *Bussines Model Canvas*

Metode yang menjabarkan pemikiran mengenai bagaimana perusahaan menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai yang dimiliki dari sebuah perusahaan, dengan ini, akan ditampilkan dan dijelaskan 9 elemen yang terdapat pada model bisnis dalam 9 elemen, Penggunaan *Bussines Model Canvas* sendiri memiliki keunggulan dalam analisis model

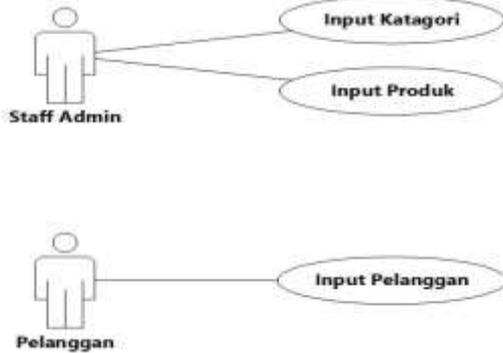


Pada Gambar 4, Admin dapat mencetak laporan sesuai periode yang ingin di cetak, laporan ini berupa laporan pengiriman, laporan pembayaran, laporan pemesanan, laporan retur dan laporan produk terlaris. Laporan ini dapat diberikan untuk pemilik.

**3.3 Use Case Diagram**

**a. Use Case Diagram Master**

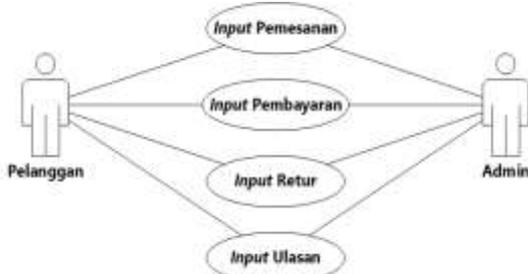
Use Case ini menggambarkan kegiatan actor, yang terdiri dari input kategori, input produk dan input pelanggan, yang berfungsi untuk menginput data master yang terlihat pada gambar 5.



Gambar 5. Use Case Diagram Master

**b. Use Case Diagram Transaksi**

Use Case ini menggambarkan kegiatan actor, yang terdiri dari input pemesanan, input pembayaran, input retur dan input ulasan yang berfungsi untuk menginput data transaksi yang terlihat pada gambar 6.



Gambar 6. Use Case Diagram Transaksi

**c. Use Case Diagram Laporan**

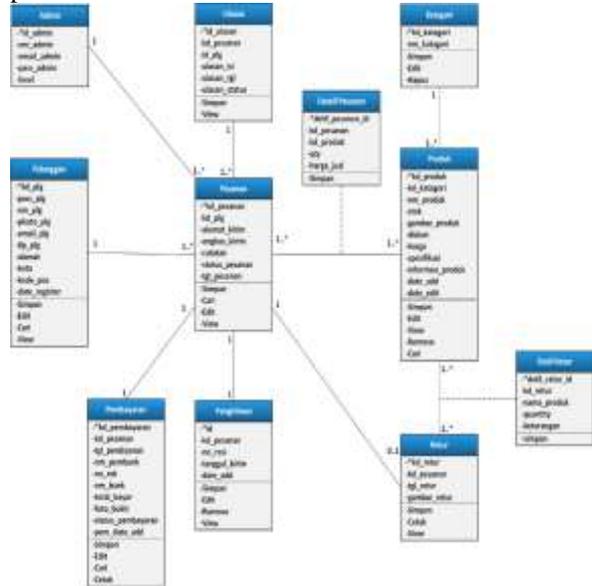
Use Case ini menggambarkan kegiatan actor, yang terdiri dari cetak laporan pengiriman, cetak laporan pembayaran, cetak laporan pesanan, cetak laporan retur, cetak laporan produk terlaris yang berfungsi untuk mencetak laporan yang terlihat pada gambar 7.



Gambar 7. Use Case Diagram Laporan

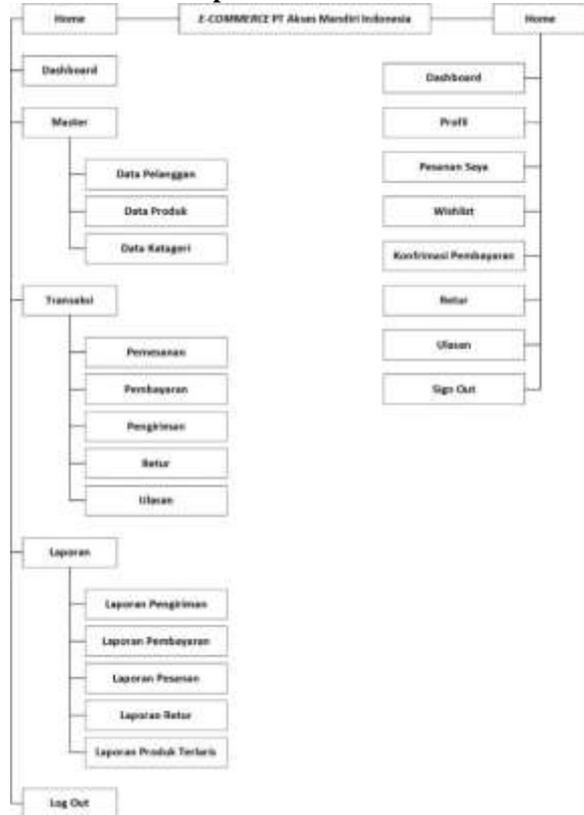
**3.4 Class Diagram**

Class Diagram merupakan penggambaran mengenai struktur data dari kelas-kelas untuk membentuk sistem yang terdiri dari 3 bagian yaitu nama kelas, atribut dan method. Masing-masing kelas berfungsi sesuai dengan Kebutuhan sistem yang ada. [7]. Pada gambar 8 merupakan struktur data dari penelitian ini:



Gambar 8. Class Diagram

**3.5 Struktur Tampilan**

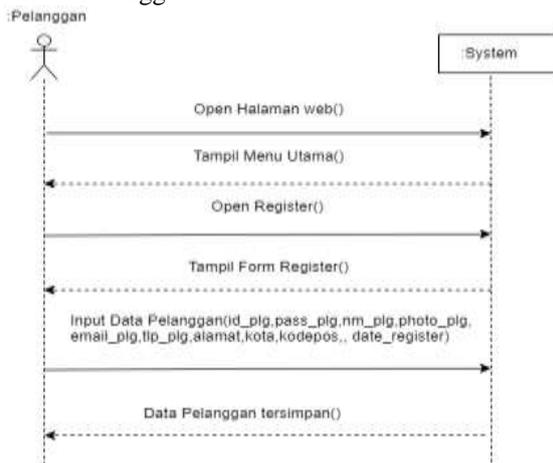


Gambar 9. Struktur Tampilan

Pada gambar 9 merupakan struktur tampilan sistem e-commerce dari sisi back-end.

### 3.6 System Sequence Diagram

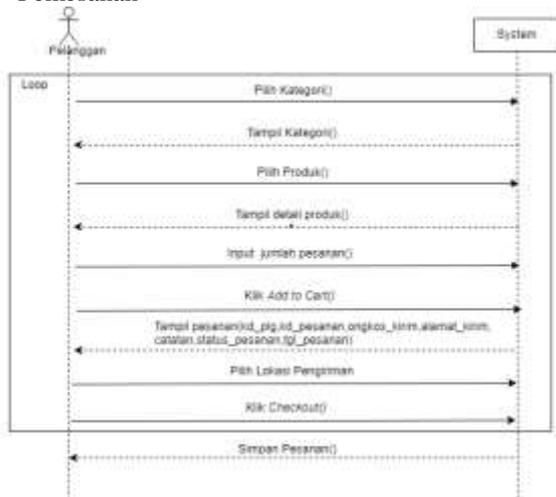
#### a. Data Pelanggan



Gambar 10. System Sequence Diagram Data Pelanggan

Pada gambar 10, merupakan penggambaran interaksi antara pelanggan dengan sistem ketika melakukan registrasi data pelanggan baru.

#### b. Pemesanan



Gambar 11. System Sequence Diagram Pemesanan

Pada gambar 11, merupakan penggambaran interaksi antara pelanggan dengan sistem pada saat melakukan transaksi.

#### c. Laporan Pembayaran



Gambar 11. System Sequence Diagram Data Kategori

Pada gambar 11, merupakan penggambaran interaksi antara Admin dengan sistem untuk mencetak laporan pembayaran.

### 3.7 Strategi Marketing

Strategi pemasaran sangat diperlukan bagi keberlangsungan suatu bisnis dalam menjual suatu produk tidak terkecuali dalam penjualan produk utama yang ditawarkan PT. Akses Mandiri Indonesia yaitu *Fingerprint*. Strategi pemasaran berfungsi untuk mengoptimalkan proses pemasaran.

Strategi marketing yang dilakukan untuk penjualan produk yang ada di PT. Akses Mandiri Indonesia adalah:

#### a. Direct Marketing

Suatu cara berbelanja produk secara *online* yang memanfaatkan fasilitas *internet* dimana *website* yang dapat menyediakan layanan *get and deliver e-commerce* akan merubah semua kegiatan *marketing* dan juga sekaligus memangkas biaya-biaya operasional untuk kegiatan penjualan. PT. Akses Mandiri Indonesia dapat menjualkan produknya dengan mudah dan para pelanggan dapat melihat harga, bentuk, dan spesifikasi produk dengan lengkap tanpa harus mengunjungi secara langsung.

#### b. Up Selling

Setelah pelanggan memilih produk yang dibutuhkan, pelanggan langsung diberikan beberapa pilihan produk yang lainnya yaitu produk terlaris. PT. Akses Mandiri Indonesia mencoba untuk melakukan *Up Selling* pada pelanggan dengan menawarkan produk yang lebih baik lagi dan mahal dengan tujuan untuk membuat pelanggan membeli produk lebih banyak.

#### c. Cross Selling

Dengan adanya *e-commerce* pada PT. Akses Mandiri Indonesia dapat memudahkan pelanggan untuk memesan *fingerprint* maupun produk lain yang disediakan PT. Akses Mandiri Indonesia. Bahkan bukan hanya *fingerprint* saja yang dapat di pesan melainkan *accessories* dan *door access* yang ditawarkan. Melakukan *cross selling* dengan baik dapat meningkatkan pendapatan karena dapat menjual produk lain ke pelanggan yang sama.

## 4. KESIMPULAN

Dari pembahasan yang sudah diuraikan, maka penulis membuat kesimpulan yang diperoleh dari tahapan-tahapan dan analisa sebagai berikut :

- Rancangan penjualan ini yang dibuat dengan berbasis *web* dan memuat *database* pengolahan data informasi secara terpusat sehingga dapat mengelola *database* tersebut menjadi sebuah informasi yang dibutuhkan oleh pengguna.
- Sistem Penjualan *e-commerce* pada PT. Akses Mandiri Indonesia ini memiliki beberapa keuntungan, diantaranya dapat diakses dari mana saja dan kapan saja melalui jaringan *internet*, serta peningkatan efisiensi dan efektifitas proses penyampaian informasi produk tanpa harus terhalang oleh waktu dan tempat.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Mc Leod, S., & George, “*E-Commerce Business, Technology and Society*”. New Jersey: PrenticeHall, Inc, 2008.
- [2] Sholekan, “*E- Commerce*”, Bandung: Telkom PDC, 2009.
- [3] Alexander O., & Y., “*Business Model Generation, Jakarta: Elex Media Komputindo*”, 2012.
- [4] Kent, P., “*Search Engine Oprimization for Dummies*”, Canada: Wiley Publishing, 2006.
- [5] Adisaputro, G., A., & M., “*Anggaran Perusahaan*”, Edisi Kedua, Yogyakarta: BPFE, 2010.
- [6] Rambat L. & Hamdani, “*Manajemen Pemasaran dan Jasa*”, Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- [7] Simon Bennet, Steve McRobb and Ray Farmer, “*Object Oriented Systems Analysis and Design Using UML*”, Edisi 3 ; McGraw Hill, 2006.