

PEMBUATAN WEBSITE BERBASIS *E-COMMERCE* MENGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS* PADA TOKO *BRASSICA FLORIST*

Dela Renca¹⁾, Humisar Hasugian²⁾

Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260
E-mail: kurmamadu123@gmail.com¹⁾, humisar.hasugian@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

E-commerce adalah salah satu bagian yang penting dalam pengembangan usaha yang dikhususkan bagi para pengusaha yang baru memulai bisnis tetapi belum masuk kedalam penjualan berbasis internet. *Brassica Florist* menjual berbagai jenis bunga. Jenis bunga tersebut antara lain *Basket Flower*, *Bouquet*, *Flower box*, *Flower board*, *Gift & Hampers*, *Reguler Flower*, *Standing flower*, *vase*, *Custom request*, dan dekorasi untuk acara besar. Permasalahan yang terjadi saat ini adalah kurangnya informasi produk bunga, karena setiap customer yang ingin membeli bunga hanya mengirim by foto (*Request*) tidak mengetahu detail produk yang dijual, kurangnya pemanfaatan *promo-promo / diskon produk* yang dijual. Usaha yang dilakukan peneliti adalah dengan melakukan pembuatan website berbasis *E-commerce* untuk menjangkau semua aktifitas penjualan dalam toko dan strategi pemasaran produk sehingga memudahkan dua pihak antara pemilik toko dan customer dalam proses penjualan dan pemesanan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *business model canvas*, dalam melakukan analisa terkait penjualan usulan dari peneliti untuk dikembangkan dalam pembuatan website *E-commerce* sehingga dapat menyelesaikan permasalahan yang terjadi diatas. Hasil Penelitian dalam pembuatan website *E-commerce* dengan menggunakan *CMS* dan metode *Business Model Canvas* yang berisi penjualan produk, pemesanan produk, strategi pemasaran serta pembuatan laporan yang sudah terkomputerisasi atau sudah ada pada sistem tersebut.

Kata kunci: *E-Commerce*, *Website*, *Business Model Canvas*, *CMS*

1. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis dalam perkembangan dunia teknologi informasi yang semakin maju dan semakin pesat sudah mulai terasa dampaknya oleh sebagian masyarakat dari yang sederhana menjadi modern dan serba cepat. Kebutuhan informasi yang cepat, murah dan efisien menuntut para pemberi informasi untuk memiliki media online dengan menggunakan internet. Teknologi internet saat ini tidak hanya digunakan untuk media sosial tetapi digunakan juga untuk bisnis online, pengguna bisnis online saat ini dikenal dengan sebutan *E-Commerce*.

E-Commerce merupakan suatu perangkat teknologi yang bersifat dinamis, meliputi aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan sebuah komunitas melalui transaksi elektronik, yang menyelenggarakan pertukaran elektronik barang [1].

Sistem *E-commerce* ini memiliki keunggulan utama yaitu kecepatan akses dan sistem yang dapat diakses dari manapun karena berbasis *web*. Fasilitas yang disediakan didalam sistem ini antara lain penanganan master untuk customer dan produk, dan penanganan transaksi untuk penjualan, pembuatan *invoice*, pembuatan *form payment confirmation*, dan slip *packing*, serta penyajian laporan berdasarkan beberapa kriteria. *E-commerce* sebagai penjualan online yang sekarang sedang menjadi tren saat ini, dimana transaksi bisa dilakukan secara online yang mana antara penjual dan *customer* tidak harus bertemu langsung melainkan dengan melalui media

online. Oleh karena itu, media online menjadi pilihan banyak pebisnis atau perusahaan sebagai bagian dari strategi marketing yang mereka terapkan.

Salah satu perusahaan yang ingin merambah ke *E-commerce* adalah *Brassica Florist*. *Brassica Florist* menyediakan penjualan berbagai macam produk dan jenis bunga yang dibutuhkan.

Peneliti melakukan tinjauan terhadap beberapa studi yang sudah dilakukan terkait dengan permasalahan yang terjadi, berikut penelitian yang sudah dilakukan, yaitu: "Teori dan Implementasi Sistem Informasi Helpdesk Berbasis Web" [2]. Peneliti melakukan analisa proses bisnis menggunakan *activity diagram*, *usecase diagram* dan cara membuat rancangan layar sesuai *usecase* yang dibuat.

Penelitian berikutnya berjudul "Analisis Kebutuhan Aplikasi Dengan Pemetaan pada *Business Model Canvas*" [3]. Metode yang digunakan adalah *BMC* tujuannya untuk menjangkau aktifitas yang ada dan untuk memudahkan *customer* dalam melihat kategori produk yang di jual, sehingga produk – produk yang jarang terjual dapat terjual juga karena *customer* melihat detail produk yang terdapat pada *website*.

Permasalahan yang terjadi dalam penelitian yang di lakukan ini, antara lain; Kurangnya Informasi produk bunga, karena setiap customer yang ingin membeli bunga hanya mengirim by foto (*Request*) tidak mengetahui dengan detail produk

yang dijual oleh Brassica Florist, kurangnya pemanfaatan promo – promo / diskon produk yang dijual oleh Brassica Florist, dengan memanfaatkan data customer yang sudah ada,

Tujuan dari penelitian ini adalah memudahkan Customer dalam melihat detail dan harga di setiap produk – produk yang dijual oleh Brassica Florist, dan meningkatkan jumlah & loyalitas customer dengan data yang dimiliki untuk dimanfaatkan sebagai media promosi pada produk yang dijual.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Peneliti mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dengan cara wawancara secara langsung kepada para informan guna mendapatkan informasi mengenai masalah dan kebutuhan yang diinginkan oleh pengguna.

b. Observasi

Peneliti mengumpulkan data dengan cara mengamati langsung ke tempat riset. Peneliti dapat mengetahui bagaimana proses penjualan dari awal sampai akhir yaitu proses pengiriman pada toko Brassica Florist.

c. Analisa Dokumen

mengumpulkan data berdasarkan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan objek penelitian, yang nantinya akan di analisa lebih lanjut.

2.2 Teknik Analisa Data

Untuk teknik analisa data yang dilakukan oleh peneliti antara lain :

a. Analisa Proses Bisnis

Analisa Proses Bisnis dilakukan dengan menguraikan proses bisnis dalam lingkup penelitian, Kemudian digambarkan menggunakan Activity Diagram.

b. Analisa Masalah

Analisa Masalah dilakukan dengan observasi dan wawancara guna mengetahui permasalahan yang ada, Sehingga dapat diuraikan sebab dan akibat dari masalah yang ada pada toko Brassica Florist.

c. Analisa Kebutuhan

Berdasarkan hasil yang didapat pada toko Brassica Florist, Permasalahan yang ada dapat dibuatkan sebuah solusi dengan kebutuhan apa saja yang dibutuhkan dan dipaparkan melalui gambar yang dibuat menggunakan *Unified Modelling Language* (UML). UML merupakan bahasa spesifikasi standar yang dipergunakan untuk mendokumentasikan dan menspesifikasikan dimana didalamnya terdapat *Class Diagram*, *Use Case Diagram* dan *System Sequence Diagram* [4].

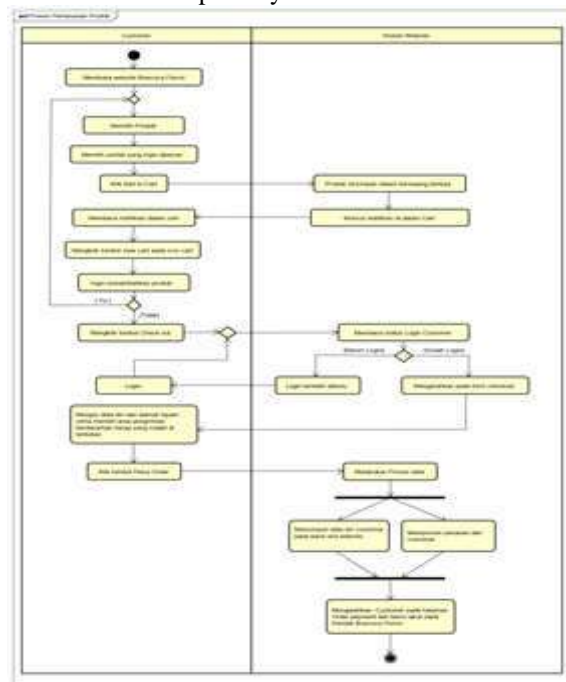
2.3 Metode Analisa Kebutuhan Bisnis

Pada analisa kebutuhan bisnis ini peneliti menggunakan *Business model canvas* (BMC). BMC merupakan salah satu alat untuk membantu melihat lebih akurat bagaimana rupa usaha yang sedang atau akan dijalani. Dengan tool ini seakan melihat bisnis dari gambaran besar namun tetap lengkap dan mendetail apa saja elemen-elemen kunci yang terkait dengan bisnis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Proses Pemesanan Produk

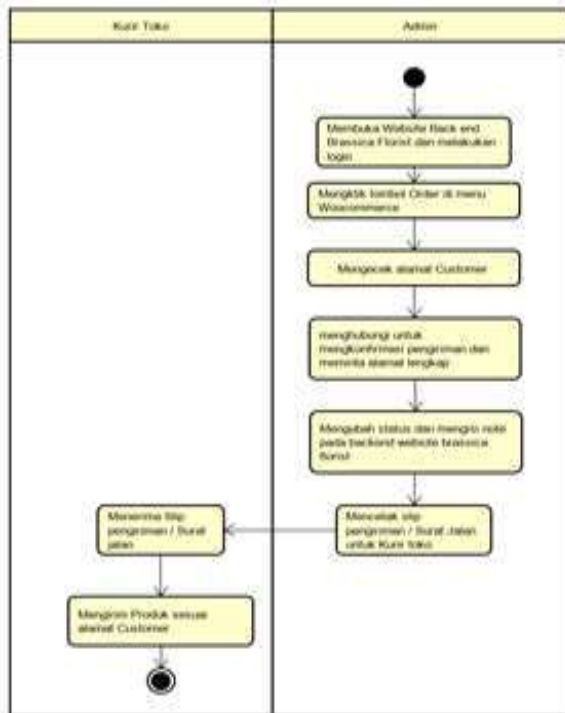
Customer yang ingin membeli produk harus mengakses *website* Brassica Florist. Setelah mengakses *website*, Kemudian membuka halaman shop atau pilih tombol Shopnow akan tampil seluruh produk. Customer memilih produk yang ingin dibeli dengan mengklik tombol/gambar, jika ingin menambahkan produk lagi maka proses untuk menambahkannya sesuai dengan cara sebelumnya. Kemudian produk akan tersimpan pada cart atau keranjang belanjaan. Customer juga dapat melihat isi dari cart dengan cara pilih *view cart* pada *icon cart* di *website*. Setelah customer selesai memilih produk kemudian customer mengklik tombol *icon cart* dan memilih *checkout* untuk melanjutkan proses selanjutnya, jika customer belum melakukan *login*, maka sistem akan mengarahkan customer tersebut pada *form login*. Jika sudah *login*, Kemudian customer akan diarahkan pada *form checkout* dan mengisi data diri serta alamat sesuai dengan form yang sudah di sediakan dan mengklik tombol *place order*. Customer akan diarahkan pada form yang menunjukkan bahwa pesanan berhasil dibuat beserta detail pesanan dan akun bank Pemilik brassica florist untuk melakukan pembayaran.



Gambar 1. Activity Diagram Proses Pemesanan Produk

3.2 Proses Pengiriman Produk

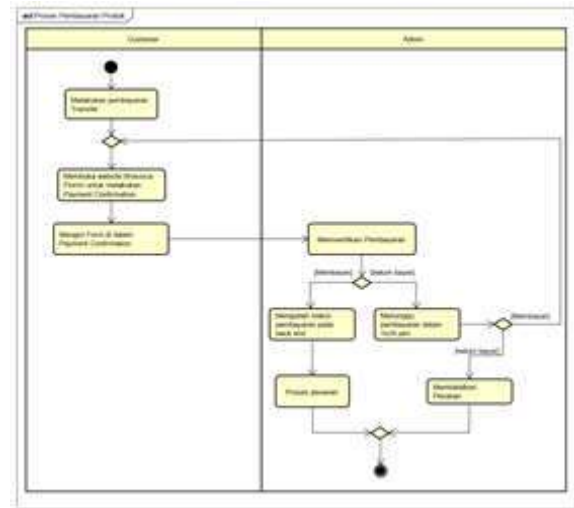
Pada proses ini admin melakukan login pada *Back-end* dan memilih menu order, jika ada pesanan di luar daerah Jakarta maka akan segera dihubungi dan dikenakan biaya pengiriman sesuai dengan jarak antara toko dan alamat tujuan. Jika alamat berada di area gratis ongkir, maka admin akan mengkonfirmasi ulang alamat dari customer. Setelah menghubungi customer dan setuju, kemudian membayar biaya ongkos kirim sesuai dengan negoisasi melalui telfon/chat, Setelah membayar, admin akan mengubah status dan mengisi note bahwa produk sudah dikirim dan mencetak slip pengiriman / surat jalan untuk kurir toko yang akan mengirimkan produk.



Gambar 2. Activity Diagram proses pengiriman produk

3.3 Proses Pembayaran Produk

Customer dapat melakukan pembayaran dengan cara direct bank transfer sesuai dengan total pembayaran yang harus dibayar ke rekening perusahaan / pemilik toko. Setelah membayar kemudian customer membuka website kembali dan pilih halaman confirmation payment (konfirmasi pembayaran) pada navbar website, mengisi sesuai dengan data diri pesanan dan akun bank transfer tujuan dan upload bukti transfer lalu pilih tombol submit maka bukti pembayaran berhasil dikirim. Kemudian admin akan memverifikasi pembayaran customer yang masuk melalui email, jika pembayaran yang dilakukan customer sudah masuk, admin akan mengubah status order dari belum bayar menjadi on processing dan pesanan akan segera dibuatkan dan dikirim. Jika pembayaran belum di terima oleh admin selama 1x24 jam, maka admin akan membatalkan pesanan.



Gambar 3. Activity Diagram Proses Pembayaran Produk

3.4 Business Model Canvas

Berikut *bussines model canvas* pada toko Brassica Florist Dapat dilihat pada gambar 4 berikut ini.



Gambar 4. Business Model Canvas

Berikut adalah penjelasan dari *Business Model Canvas* pada toko Brassica Florist:

- Customer segment* adalah Sasaran yang dituju untuk dijadikan sasaran Customer Brassica Florist adalah Remaja, Pekerja, Boutique, Restoran, Pengusaha dan pameran
- Value Proposition* adalah kelebihan yang diberikan Brassica Florist mulai dari membuat promo pada setiap momen besar seperti Hut RI, menyediakan form khusus untuk customer yang ingin pesan bunga sesuai keinginan
- Channel* adalah pemasaran produk yang dilakukan pada Brassica Florist dengan menggunakan media e-commerce, Media sosial dan toko fisik.
- Customer Relationship* adalah cara untuk mempertahankan customer untuk tetap memilih dan membeli produk di Brassica Florist dengan cara mengucapkan dan mengingatkan serta memberika promo menarik dihari lahirnya customer tersebut.
- Revenue Stream* adalah Pendapatan sumber utama dari Brassica Florist, dengan cara menjual produk dan mendekorasi, Serta bekerja sama

dengan Iklan Google yang tayang pada website Brassica florist.

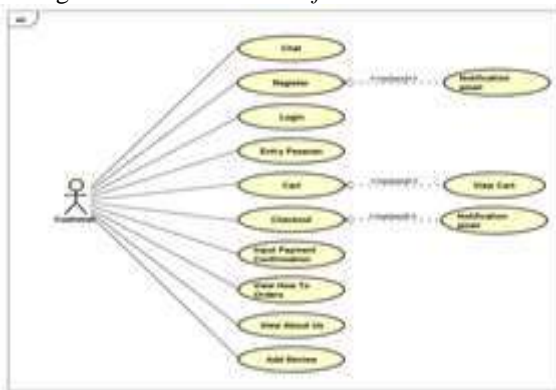
- f. *Key Resources* adalah sumber daya agar toko dapat terus berjalan dengan menyediakan toko fisik, alat dan bahan untuk kebutuhan dekorasi, karyawan, domain, hosting, spesifikasi laptop.
- g. *Key Activities* adalah aktifitas yang dilakukan pada toko Brassica Florist dengan mendekor bunga sesuai pesanan, menjual produk ke boutique ternama, menawarkan jasa dekorasi pernikahan dengan media sosial atau penawaran melalui *website Brassica Florist*.
- h. *Key Partnerships* adalah kerja sama yang dilakukan brassica florist untuk mendapatkan bunga yang berkualitas baik dari Supplier bunga.
- i. *Cost Structure* adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses aktifitas toko agar dapat berjalan terus menerus dengan membayar gaji karyawan, biaya marketing, biaya hosting, biaya domain, iklan di media sosial dan biaya sewa toko

3.5 Package Diagram

Berikut beberapa package diagram dan deskripsi package berdasarkan proses bisnis usulan yang telah dibuat, antara lain:

a. *Package diagram Customer*

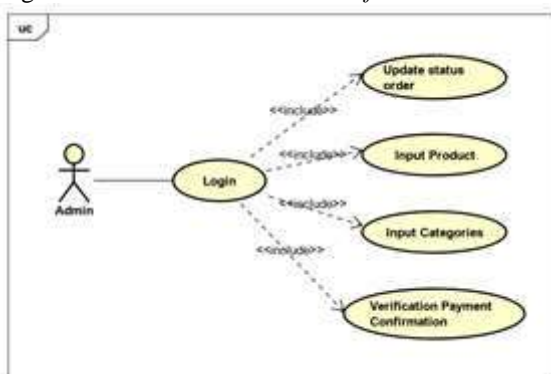
Pada gambar 5 ini menggambarkan aktifitas – aktifitas yang dapat dilakukan oleh customer pada saat mengakses website brassica florist



Gambar 5. Package Diagram Customer

b. *Package diagram admin*

Pada gambar 6 Ini adalah seluruh aktifitas yang dapat dilakukan oleh admin pada saat membuka bagian *Back-end* website Brassica florist.



Gambar 6. Package Diagram Admin

c. *Package diagram Laporan*

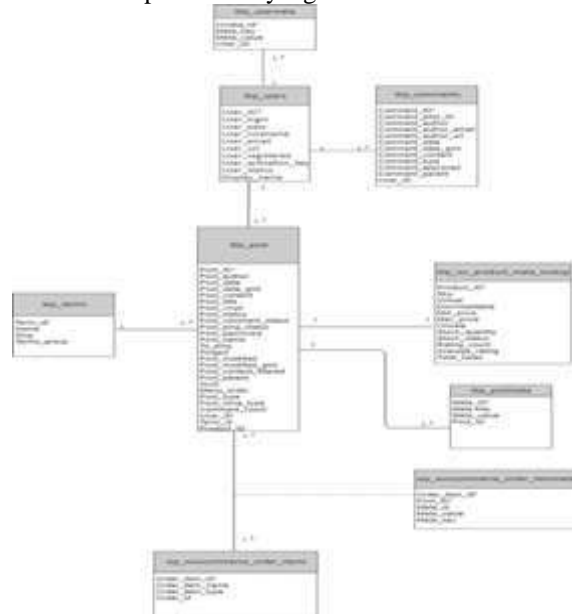
Pada gambar 7 Ini adalah laporan – laporan yang dapat di presentasikan dari admin kepada pemilik toko.



Gambar 7. Package Diagram Laporan

3.6 Class Diagram

Gambar 8 menjelaskan Bentuk gambaran relasi atau hubungan dari *table – table database* yang digunakan untuk menyimpan semua tipe data dalam pembuatan *website Brassica florist*. *Class diagram* berguna dalam pembentukan kerangka pola alur dari website ataupun sistem yang dibuat.



Gambar 8. Class Diagram

3.7 System Sequence Diagram Entry Pesanan

System Sequence Diagram yaitu alat untuk mencapai deskripsi kasus penggunaan yang lebih formal dan terperinci [5]. Pada gambar 9 merupakan *system sequence diagram* Entry Pesanan.



Gambar 9. Rancangan Layar Entry Pesanan

3.8 Tampilan sistem

a. Tampilan Home

Berikut tampilan *home* pada website Brassica Florist dijelaskan pada gambar 10.



Gambar 10. Tampilan Home

b. Tampilan Shop

Berikut tampilan shop pada website brassica florist. Dijelaskan pada gambar 11.



Gambar 11. Tampilan Shop

c. Tampilan cart

Berikut tampilan *cart* pada website Brassica Florist dijelaskan pada gambar 12.

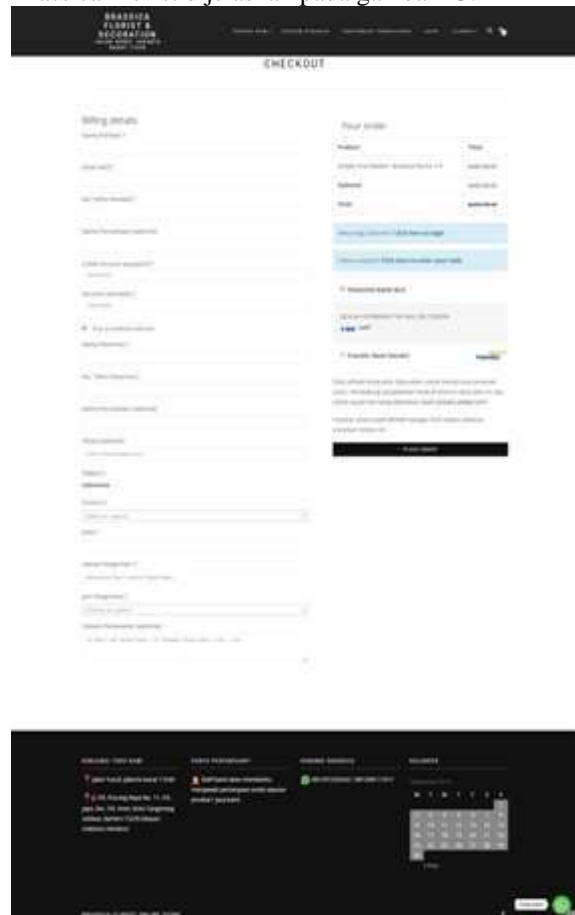


Gambar 12. Tampilan Cart



d. Tampilan Checkout

Berikut tampilan Checkout pada website Brassica Florist dijelaskan pada gambar 13.



Gambar 13. Tampilan Checkout

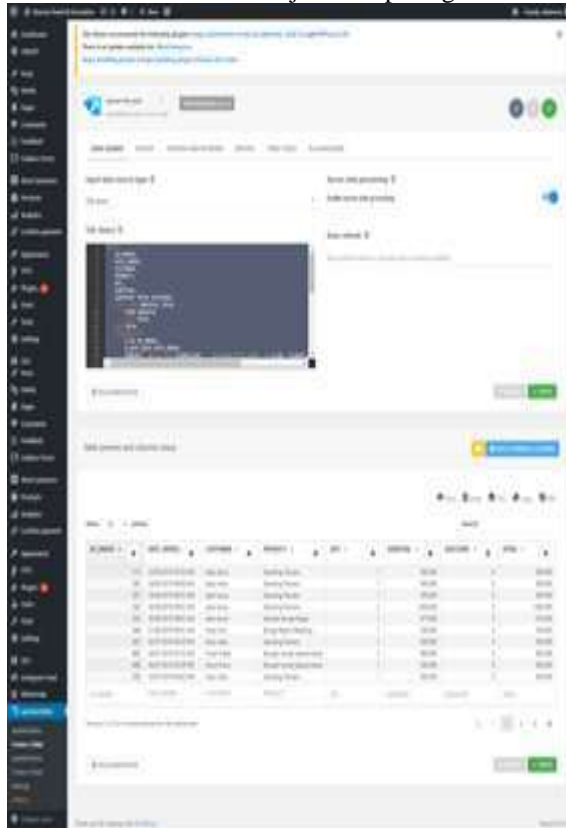
e. Tampilan Email Notification Order

Berikut tampilan Email pada website brassica florist. Dijelaskan pada gambar 14.



Gambar 14. Tampilan Email Notification

f. Tampilan Report penjualan
Berikut tampilan Report penjualan pada website brassica florist. Dijelaskan pada gambar 15.



Gambar 15. Tampilan Report Penjualan

3.10 Hasil Keluaran Program (PDF)

Berikut adalah hasil keluaran program pada gambar 16 yaitu Laporan penjualan dalam bentuk pdf.

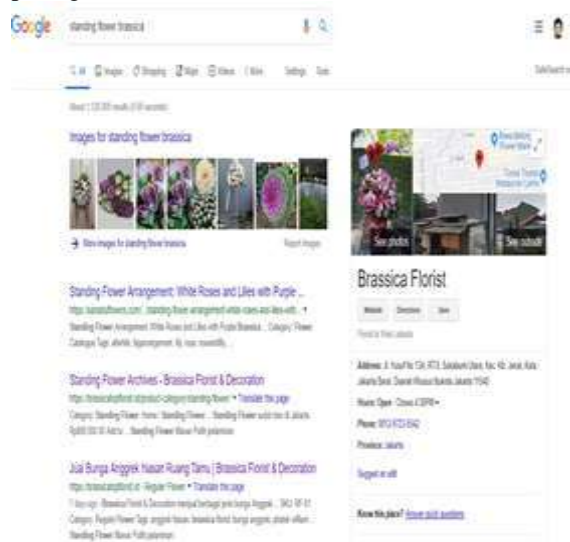


Gambar 16. Hasil Keluaran Program (pdf)

3.9 Strategi Search Engine Optimization (SEO)

SEO adalah serangkaian proses yang dilakukan secara sistematis dan bertujuan untuk meningkatkan volume serta kualitas trafik pengunjung melalui mesin pencari menuju situs website [6]. Berikut beberapa langkah dalam penerapan SEO pada website Brassica Florist

- Menentukan kalimat pencarian dasar
Penentuan kalimat pencarian dasar merupakan tahap dari sebuah postingan product yang ditampilkan.
- Penempatan Kata Kunci
Penerapan kata kunci dapat dilakukan pada main content yang berisi judul atau nama product, harga, deskripsi dan gambar product.
- Hasil Penerapan
Adapun hasil penerapan SEO yang telah diterapkan pada website Brassica Florist dijelaskan pada gambar 16.



Gambar 16. Tampilan Hasil Penerapan SEO

4. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan pembahasan analisa yang telah dilakukan pada Toko Brassica Florist. Maka dapat disimpulkan, antara lain:

- Dengan adanya website ini memudahkan pemilik toko / admin dalam pemasaran produk – produk, sehingga customer bisa memilih pesanan produk yang sesuai.

- b. Dengan adanya *website* ini memudahkan *customer* dalam mendapatkan kupon kode untuk promo – promo yang di berikan oleh Brassica Florist.
- c. Dalam pembuatan *website* ini menggunakan Content management System atau sering disebut dengan istilah CMS.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Handayani, S., “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta”, *ILKOM Jurnal Ilmiah*, Vol.10 (2), pp. 182-189. P-ISSN: 2087-1716. E-ISSN: 2548-7779, 2018.
- [2] Ramadhan Kurnain, A. and Hasugian, H., Teori dan Implementasi Sistem Informasi Helpdesk Berbasis Web, *Indonesia Journal Information System (IDEALIS)*, Vol.1, No.1. ISSN: 2684-7280, 2018.
- [3] Ely Nastiti, Faulinda, Analisis Kebutuhan Aplikasi Dengan Pemetaan pada Business Model Canvas, *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia*, Hal.155–160. ISSN: 2302-3805, 2014.
- [4] Hendini, A., Pemodelan UML Sistem Informasi Monitoring Penjualan dan Stok Barang (Studi Kasus: Distro Zhezha Pontianak), *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, Vol.IV (2), pp.107-116. ISSN: 2339-1928, 2016.
- [5] Sidnei Raul, W. *Object-Oriented Analysis and Design for Information Systems*, Hal. 92-103. ISBN: 9780124186736, 2014.
- [6] Andreas Felix, S. dan Mulyani, S., Implementasi Search Engine Optimization (SEO) on Page pada Web Umkm Batik dan Handicraft, *Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call for Papers Unisbank*, Vol.3(3), pp. 3-8. ISBN: 978-979-3649-81-8, ISSN: 1098-6598, 2015.