

ANALISIS DAN PENERAPAN *E-COMMERCE* DENGAN METODE *BUSINESS MODEL CANVAS* (STUDI KASUS : ARLOVA *SKINCARE*)

Farida Novitasari¹, Bambang Agus Herlambang²

^{1,2} Program Studi Informatika, Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas PGRI Semarang

Gedung Pusat Lantai 3, Kampus 1 Jl. Sidodadi Timur 24, Semarang

E-mail : farydanovita30@gmail.com¹, bambangherlambang@upgris.ac.id²

Abstrak

Arlova adalah sebuah usaha dibidang skincare atau perawatan kulit terutama daerah wajah. Berdasarkan hasil penelitian telah ditemukan beberapa kasus dalam perencanaan bisnisnya yaitu masih dirasa kurang efektif karena salah satu dari anggota mengusulkan untuk transaksi pemesanan barang masih menggunakan metode whatsapp serta cara promosi produk Arlova masih menggunakan media sosial seperti Instagram dan Tiktok. Tujuan untuk membangun sistem E-Commerce ini adalah untuk memperluas pasar dan mempermudah konsumen untuk memesan barang. Dalam melakukan pemecahan masalah tersebut penulis menggunakan metode Business Model Canvas. Penelitian ini menggunakan tools UML (Unified Modelling Language) dalam perancangannya. Sehingga menghasilkan sebuah website yang dapat digunakan untuk bertransaksi dan promosi secara online dengan fitur pemesanan dan pemilihan produk sesuai kategori yang diinginkan tanpa perlu konfirmasi stok melalui whatsapp

Kata Kunci: Business Model Canva, Bahasa Pemrograman PHP, E-Commerce

I. PENDAHULUAN

Pada masa sekarang dimana era semakin maju dan berkembang setiap harinya seperti halnya perkembangan transaksi jual beli yang kini semakin maju karena adanya dukungan dari peran teknologi. Arlova Skincare adalah sebuah usaha dibidang kecantikan dan fokus pada perawatan kulit terutama wajah. Proses transaksi jual beli Arlova masih menggunakan whatsapp sehingga sering mengakibatkan adanya beberapa kesalahan, seperti input data pemesanan, pengiriman, pembayaran dan laporan setiap bulannya. Dengan adanya kasus dan masalah tersebut maka bisa diatasi dengan adanya website e-commerce.

E-commerce merupakan suatu wadah untuk produsen dengan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli yang dilakukan secara elektronik melalui jaringan komputer dan internet [1]. E-commerce dalam penelitian kali ini termasuk dalam golongan Business To Customer. Business To Customer (B2C) merupakan bisnis yang melakukan pelayanan atau penjualan yang berhubungan langsung dengan konsumen [2]. Penelitian kali ini menggunakan UML (Unified Modelling Language) dalam merancang sistem websitenya. Serta analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha Arlova Skincare.

Tujuan dari penelitian ini adalah menyediakan sistem penjualan e-commerce untuk mempermudah dalam proses administrasi dan proses penjualan Arlova Skincare. Sehingga pemesanan produk tidak perlu menggunakan whatsapp untuk proses pemesanan dan promosi produk.

Penelitian serupa yang digunakan penulis ambil dari jurnal yang searah dengan penelitian ini yaitu “Penerapan *E-Commerce* Menggunakan *Business Model Canvas* Pada Toko Comma Sneakers” pada penelitiannya penulis menggunakan metode *Class diagram* untuk membuat basis data, *Activity diagram* dan *Use case diagram* untuk merancang sistemnya [3]. Juga penelitian dengan judul “Penerapan *Business Model Canvas* Dalam Membangun *Web Commerce* (Studi Kasus Toko Pusatsneakers_Jkt)” penelitian ini menggunakan *Business Model Canvas* dan juga analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman di Toko Comma Snakers[4].

II. METODOLOGI PENELITIAN

1. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh data informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan sebuah penelitian. Berikut merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam menyusun penelitian ini beserta penjelasannya antara lain :

a. Wawancara

Pada tahap ini melakukan kegiatan tanya jawab dengan cara melakukan tanya jawab dengan narasumber.

b. Observasi

Penulis melakukan analisis dan melihat proses pemesanan produk di Arlova *Skincare* sampai proses pengiriman agar data yang diperoleh lengkap dan rinci.

c. Studi Kepustakaan

Penulis melakukan studi kepustakaan dari beberapa jurnal yang ada pada internet dan jurnal *e-proceeding*.

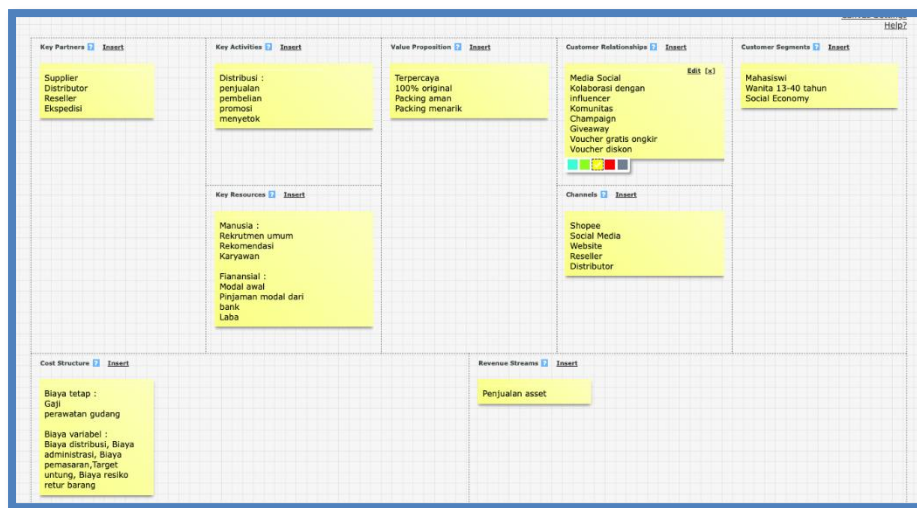
2. Metode Analisis dan Perancangan Sistem

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode BMC (*Business Model Canvas*) karena dapat menjadi pendekatan untuk mengimplementasikan evaluasi atau pembenahan, perubahan atau hanya sekedar peninjauan ulang terhadap model bisnis baru yang lebih mudah, tepat dan juga sesuai untuk diaplikasikan oleh perusahaan. BMC juga digunakan untuk membentuk dan memetakan usaha sebagai paduan dalam melakukan riset pengembangan usaha dan dapat membantu untuk merancang strategi usaha[5]. Dalam perancangan sistemnya penulis menggunakan UML (*Unified Modelling Language*) untuk merancang sistem sesuai kebutuhan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. *Business Model Canvas*

Business Model Canvas dapat diartikan secara sederhana yaitu sebuah alat untuk mengukur yang akurat untuk suatu bentuk usaha yang sedang dijalani ataupun akan dijalani.



Gambar 1. Business Model Canvas

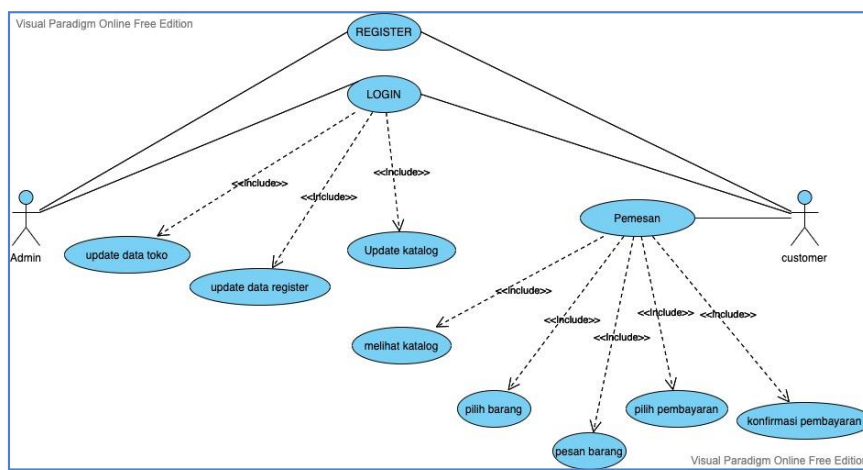
Berikut adalah penjeasan dari bagian-bagian BMC berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan yaitu *Value proposition* merupakan nilai yang diposisikan perusahaan untuk calon *customer*. Nilai tersebut mencakup produk atau jasa serta bagaimana perusahaan ingin dilihat oleh calon *customer*. Keunggulan dari Arlova adalah produk 100% original, terpercaya dan packing menarik. *Customer Segments* dalam suatu bisnis, *customer* menjadi salah satu komponen penting. Dari *customer* suatu perusahaan akan mendapatkan *income*. Perusahaan dapat mengisi blok ini dengan segmentasi *customer* seperti apa yang mereka incar sesuai dengan *value proposition*. *Channels* merupakan sarana atau cara untuk menyampaikan jasa atau produk kepada *customer* sesuai segmen yang ditentukan sebelumnya. *Customer Relationship* di dalam lingkup ini yang dinilai adalah bagaimana menjalin hubungan dengan pelanggan. Agar *customer* tidak mudah berpaling ke bisnis lain, maka sangat penting untuk menjalin hubungan yang baik dengan *customer*. Selain itu, diperlukan juga pengawasan yang ketat dan intensif dalam *customer relationship* antara Arlova dan *customer*. *Key activities* meliputi ada banyak aktivitas yang harus dilakukan perusahaan dalam menghasilkan produk atau jasa serta bertahan di tengah kompetisi. Perusahaan dapat mengisi berbagai macam kegiatan yang akan mereka lakukan untuk menghasilkan produk dan jasa dalam blok *key activities*. *Key activities* juga menunjukkan kegiatan utama yang harus diberi perhatian lebih oleh perusahaan. Seperti dalam contoh kasus Arlova yaitu *Key Resources* atau Sumber daya merupakan kunci mewujudkan *value proposition* melalui *key activities* yang akan dijalankan. Dalam *key resources*, perusahaan dapat mengisi dengan sumber daya apa saja yang mereka miliki, baik tenaga kerja maupun benda mati seperti perlengkapan dan peralatan. *Key Partnership* tidak mungkin perusahaan akan mampu berdiri sendiri tanpa bantuan relasi dari pihak lain, baik *customer* maupun pemasok bahan utama. Untuk memperlancar relasi yang terjaga dengan baik, perencanaan bagaimana relasi akan berjalan ketika eksekusi bisnis. *Key resources* dapat diisi dengan pihak-pihak mana saja yang harus diajak bekerja sama untuk mencapai tujuan. *Revenue Stream* selain kegiatan penting yang telah dijabarkan dalam *key activities*, perusahaan harus menentukan bagaimana mereka akan mendapatkan profit atau keuntungan dari *key activities* yang akan berjalan berdasarkan *value proposition*. *Revenue stream* menjelaskan bagaimana perusahaan mendapatkan keuntungan ketika bisnis telah dieksekusi. *Cost structure* meliputi jenis biaya yang sekiranya akan dikeluarkan ketika bisnis telah berjalan. Contoh biaya tersebut antara lain; biaya sewa tempat, internet, listrik, dan sebagainya. Dengan pengelolaan pengeluaran yang akurat, bisnis akan lebih efisien dan terhindar dari risiko kerugian.

2. Pemodelan Sistem

Use case diagram merupakan diagram yang menggambarkan hubungan antara aktor dengan sistem. *Use case diagram* bisa mendeskripsikan sebuah interaksi antara satu atau lebih aktor dengan sistem yang akan dibuat. *Use case diagram* juga bisa digunakan untuk mengetahui fungsi apa saja yang ada di dalam sebuah sistem dan bisa juga mempresentasikan sebuah interaksi aktor dengan sistem. Komponen tersebut kemudian menjelaskan komunikasi antara aktor, dengan sistem yang ada.

Dengan demikian, *use case* dapat dipresentasikan dengan urutan yang sederhana, dan akan mudah dipahami oleh para konsumen. Manfaat dari *use case* sendiri adalah untuk memudahkan komunikasi dengan menggunakan domain *expert* dan *juga end user*, memberikan kepastian pemahaman yang pas tentang requirement atau juga kebutuhan sebuah sistem.

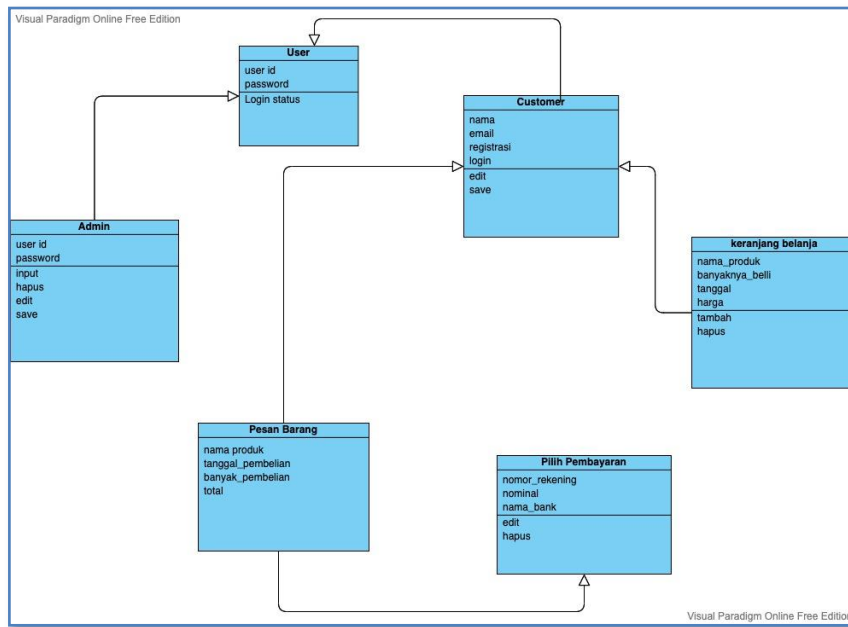
Use case diagram pada gambar 3 adalah *user admin* yang dapat login, menginput data toko, *update data register*, update katalog. Sedangkan untuk *customer* dapat melihat kataglog, pilih barang, pesan barang, pilih pembayaran dan konfirmasi pembayaran.



Gambar 3. Use Case Diagram User

3. Pemodelan Data

Class diagram adalah diagram yang menunjukkan *class-class* yang ada di sistem dan berhubungan secara logis. Dalam class diagram ini terdapat



Gambar 4. Class Diagram User

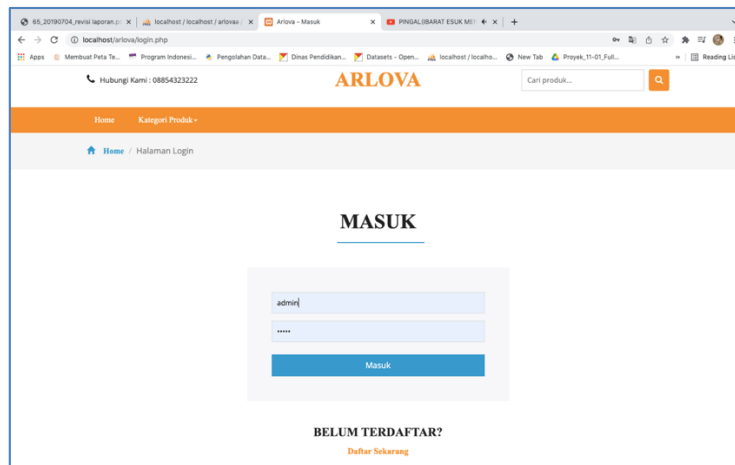
4. Pembahasan

Dalam penelitian kali ini *website e-commerce Arlova Skincare* menghasilkan fitur dalam *website e-commerce* dimana *customer* dapat menggunakan fitur pembayaran dengan beberapa pilihan nomor rekening bank, pemilihan produk sesuai kategori yang diinginkan, dan dapat memilih produk tanpa harus konfirmasi ke admin untuk ketersediaan stok barangnya.

5. Implementasi

a. *User Login*

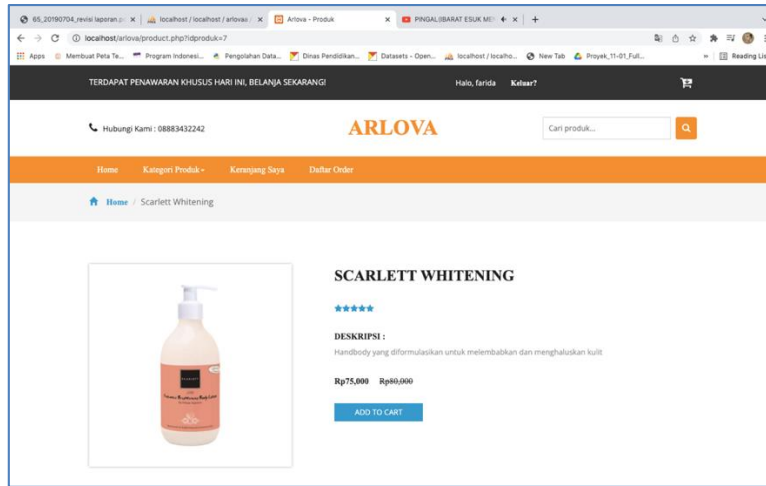
Berisi tentang halaman untuk user Admin masuk ke beranda *website*. Biasanya berisi kolom untuk memasukkan nama, email dan kata sandi.



Gambar 5. Form Login

b. *Add Product*

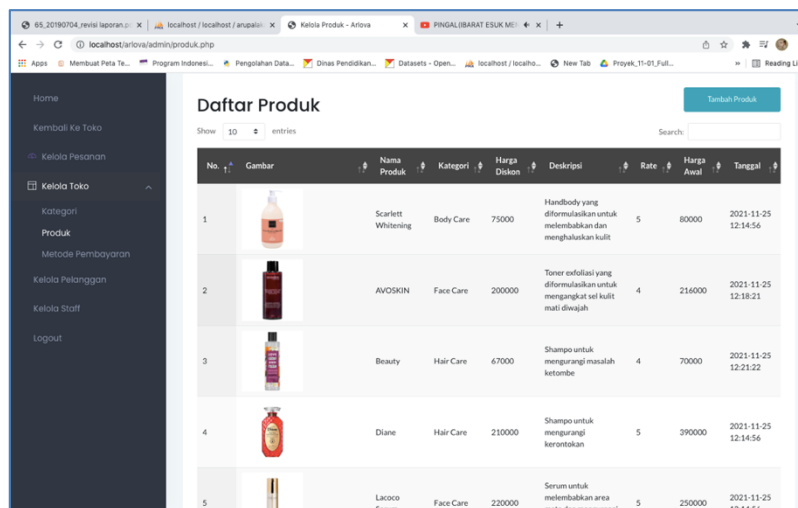
Berisi tentang halaman untuk admin menambahkan produk penjualan kedalam keranjang. Disini admin dapat mengurangi atau menambahkan produk sebelum *dicheckout*.



Gambar 6. Form *Add Product*

c. *Edit Product*

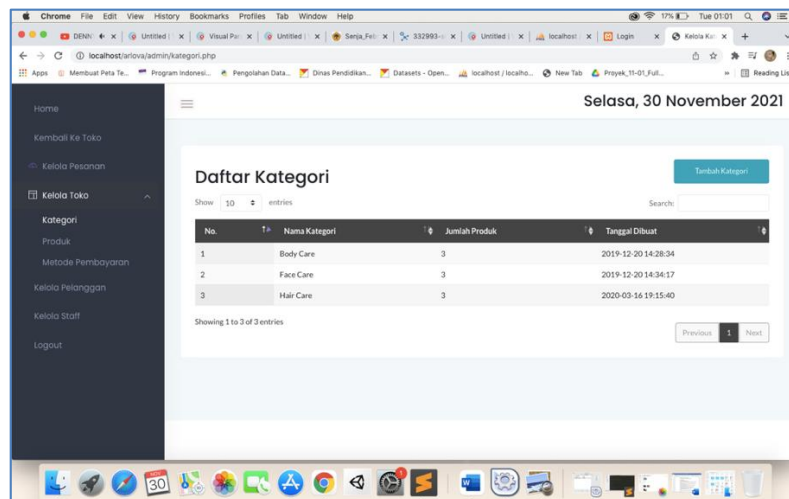
Berisi tentang halaman dimana admin bisa mengedit deskripsi produk, menambahkan produk kedalam website.



Gambar 7. Form *Edit Product*

d. *Kelola Toko*

Halaman ini berisikan dengan pengelolaan toko online Arlova *Skincare*. Disini bisa menambah kategori produk untuk kewenangan adminnya.

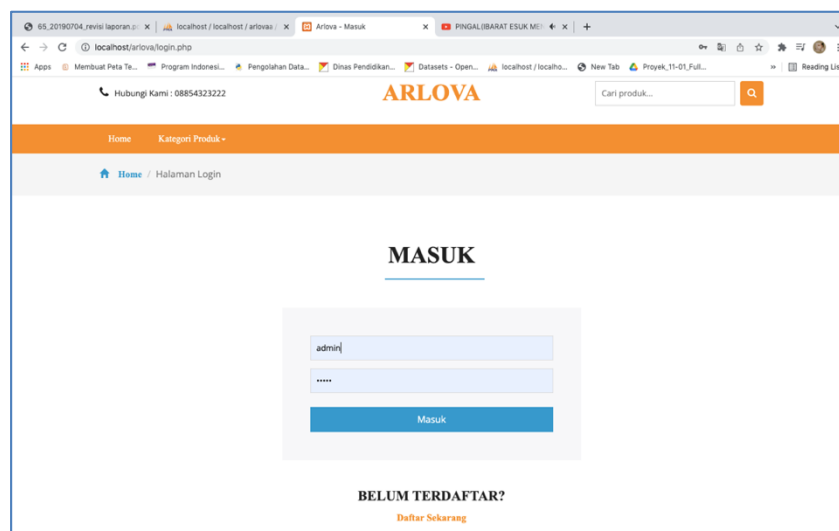


Gambar 8. Form Kelola Toko

Informasi yang tersedia dalam menu pada website *customer* yang dikembangkan di *website e-commerce* yang dibangun oleh penulis adalah sebagai berikut :

a. *User Login*

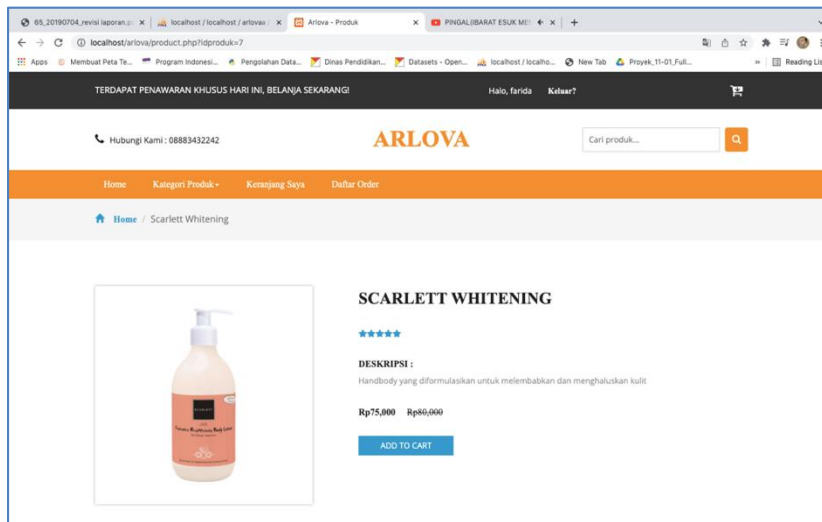
Berisi tentang halaman untuk *customer* masuk ke beranda *website*. Biasanya berisi kolom untuk memasukkan nama, email dan kata sandi.



Gambar 9. Form User Login

b. *Add Product*

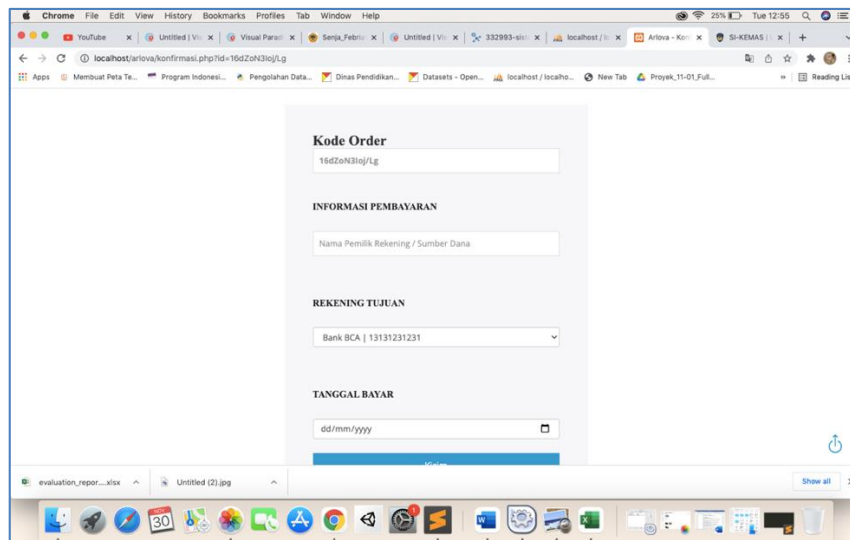
Berisi tentang halaman untuk admin menambahkan produk penjualan kedalam keranjang. Disini admin dapat mengurangi atau menambahkan produk sebelum *dicheckout*.



Gambar 13. Form Add Product

c. Konfirmasi pembayaran

Form untuk konfirmasi pembayaran oleh user.



Gambar 10. Form Konfirmasi Pembayaran

IV. KESIMPULAN

Setelah melalui proses pembangunan sistem untuk Arlova *Skincare* maka didapat kesimpulan yaitu *website e-commerce* Arlova *Skincare* sudah dibangun sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan oleh *user* dalam mengakses *website* tersebut. Hal ini dapat dilihat dari beberapa menu yang sudah dihadirkan dalam *website*. Penggunaan bahasa pemrograman PHP lebih memudahkan penulis dalam pembangunan sistemnya, dan pembuatan *databasenya* dipermudah dengan penggunaan *MySQL*. *Business Canvas Model* dibuat dengan mempertimbangkan segala aspek yang terdapat dalam hasil analisis dan observasi yang dilakukan oleh penulis. Untuk kedepannya sistem akan dapat dikembangkan lagi dengan adanya fitur *tracking* untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan pelacakan barang yang dikirim oleh kurir dan

dapat ditambahkan fitur untuk melihat besaran ongkos kirim yang akan dibebankan oleh pengguna sesuai dengan lokasi pengguna

V. REFERENSI

- [1] S. Alvin, H. Bagus, M. Janson, Aplikasi E- Commerce Dengan Fitur Top Product Menggunakan Metode Perceptron (Studi Kasus Toko Kamera), "*Jurnal Ilmu Komputer dan Sistem Informasi*", 2018, pp. 210–213.
- [2] Pramudita, A. S. (2018). Formulasi Model Bisnis Hostel di Bandung dengan Pendekatan Value Chain dan Business Model Canvas (Studi Kasus: Pinisi Backpacker). *ISEI Business and Management*. Volume2(1). pp. 32–38.
- [3] Nugroho, A. A. (2018). Membangun Aplikasi E- Commerce Dengan Sistem Penunjang Keputusan Metode Apriori Untuk Memberikan Rekomendasi Kepada Calon Pembeli Di Toko Islam Malang. *J-INTECH Journal of Information and Technology*, Volume.6(1), p.11.
- [4] A.SRosa, dan M.Shalahuddin. (2014). *Rekayasa Perangkat Lunak Struktur dan Berorientasi Objek*. Bandung: Informatika
- [5] Dharmayanti. 2018 Rancang Bangun Aplikasi Go-Ban Untuk Mencari dan Memanggil Teknisi Tambal Ban Menggunakan Google Maps API., *Skripsi: Umsida*,15(2), 2018, pp. 2017–2019.
- [6] Ahmad Mustofa, Mutmainah. 2015. "Perancangan E-Commerce Penjualan Komputer Dan Alat Elektronik Berbasis Web Pada Toko Damar Komputer Pringsewu." *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)* 4(1):62–67.
- [7] Spica, Luciana dan Robahi, Lidia. 2005. Penerapan E-Commerce sebagai upaya meningkatkan persaingan bisnis perusahaan. STIE Perbanas Surabaya.