



Penerapan E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Sepatu Pada Toko Garasi Spokat

Busthomi Algifari¹, Atik Ariesta²

¹Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

²Manajemen Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
atik.ariesta@budiluhur.ac.id

Abstract

Garasi Spokat is a shop that sells shoes with original and good quality. Garasi Spokat developed to meet customers' needs. Business sales at the Garasi Spokat are still less effective, customers must come to the store to buy and find out information about the products. Media marketing only through banners in stores, making the scope of sales less extensive. This research aims to build an E-Commerce Website using Wordpress Content Management System (CMS). Business Model Canvas (BMC) methods used to clarify elements that can help achieve business goals, and Unified Modeling Language (UML) used to analyze system processes. The results of this study are e-commerce websites that help customers to find out information on products online that can be access anywhere and anytime, to increase sales and expand the scope of sales.

Keywords: CMS, sells shoe, E-Commerce, BMC, UML

Abstrak

Garasi spokat yaitu toko yang menjual produk sepatu dengan kualitas yang bagus dan *original*. Garasi Spokat harus berkembang untuk memenuhi *customer* yang membutuhkan sepatu. Bisnis penjualan pada toko garasi spokat masih kurang efektif, *customer* harus datang ke toko untuk membeli dan mengetahui informasi produk yang dijual. Media pemasaran hanya melalui spanduk yang ada di toko, membuat ruang lingkup penjualan kurang luas. Penelitian ini bertujuan untuk membangun sebuah Website E-Commerce dengan menggunakan *Content Management System (CMS)* Wordpress. Dalam penelitian ini menggunakan metode *Business Model Canvas (BMC)* untuk memperjelas elemen – elemen yang dapat membantu mencapai tujuan bisnis dan *Unified Modeling Language (UML)* untuk menganalisa proses sistem. Hasil penelitian ini adalah dibangun website e-commerce yang mempermudah *customer* dalam mengetahui informasi produk yang dijual secara online yang dapat di akses dimana saja dan kapan saja, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan memperluas ruang lingkup penjualan, serta meningkatkan pemasaran secara online

Kata kunci: CMS, Penjualan sepatu, E-Commerce, BMC, UML.

1. Pendahuluan

Saat ini berkembangnya teknologi pada era saat ini tentunya semakin mempermudah aktivitas dalam kehidupan sehari-hari dengan memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut. Teknologi memegang peranan penting bagi kehidupan manusia, salah satunya membantu dalam proses pengembangan bisnis dan transaksi jual beli.

Sepatu pada saat ini sudah menjadi kebutuhan primer, karena setiap orang membutuhkan sepatu untuk bekerja, sekolah ataupun berpergian. Sepatu kini sudah berkembang pesat, karena sepatu sudah menjadi salah satu bagian dari model berpakaian, tidak lagi hanya berguna sebagai alas kaki semata, sehingga bisnis toko sepatu harus terus berkembang.

E-Commerce (*Elektronic Commerce*) saat ini sudah sangat berkembang dan sangat membantu dalam proses

bisnis jual beli dan transaksi secara online. E-Commerce sudah menjadi hal yang wajib harus dimiliki dalam sebuah bisnis, sebagai media penjualan ataupun media pemasaran untuk memperkenalkan produk secara online, dan dapat membantu peningkatan bisnis mereka.

Penelitian yang berjudul “Membangun Web E-Commerce pemesanan sepatu pada UMKM Linda Shoes” memiliki masalah penjualan yang masih bersifat konvensional yang menyebabkan seringnya terjadi antrian dan menyita banyak waktu customer. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah Model Konseptual dan Sistematik Penulisan dengan menggunakan teknologi E-Commerce, Bahasa Pemrograman CodeIgniter dan pengujian dengan *Usability Testing*. Dalam penelitian tersebut menghasilkan informasi desain sepatu terbaru secara *Real-Time*. *Customer* dapat mengakses sistem

dimanapun selama aplikasi tersebut terkoneksi dengan internet. [1]

Penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya dengan judul “Sistem Informasi Penjualan Sepatu Handmade Berbasis Web”. Dalam penelitian tersebut terdapat masalah seperti Penjualan sepatu handmade berbasis web dibuat untuk lebih memudahkan masyarakat mengetahui informasi tentang produk sepatu handmade terbaru dan yang ingin mempunyai sepatu dengan desain yang unik. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah Observasi, Wawancara dan Studi Pustaka dengan menggunakan teknologi E-Commerce, *System Development Lyfe Cycle* (SDLC). Dalam penelitian tersebut memanfaatkan teknologi sebagai salah satu saran pemasarannya, memberdayakan para karyawan yang belum mempunyai keterampilan dan keahlian, memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada agar tidak dieksplorasi oleh para *new entrance* dan tidak kalah dalam persaingan bisnis. [2]

Penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya dengan judul “Analisis Model Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Bidang Sepatu Dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas”. Dalam penelitian tersebut terdapat masalah seperti jumlah unit usaha dan penyerapan tenaga kerjanya tidak berkembang secara signifikan. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya faktor operation, marketing, dan finance. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah Penelitian Deskriptif, Wawancara dan *Purposive Sampling* dengan menggunakan teknologi *Business Model Canvas* (BMC). Dalam penelitian tersebut pembangunan sistem berbasis Web dapat mempermudah dalam penyebaran informasi mengenai produk-produk terbaru dari toko sepatu handmade dengan mudah karena dapat diakses melalui jaringan internet. [3]

Garasi Spokat merupakan sebuah toko sepatu yang berlokasi di Blok A Los A lantai 7, Tanah Abang, Jakarta Pusat. Garasi Spokat harus berkembang untuk memenuhi customer yang membutuhkan sepatu, garasi spokat masih memiliki masalah yang ada ditoko, terutama dalam penjualan yang memiliki ruang lingkup wilayah yang kecil, disebabkan toko yang berada didalam pasar, hanya masyarakat sekitar toko dan yang datang ke toko, yang dapat melihat produk yang tersedia, sehingga informasi toko dan produk sulit didapatkan oleh customer yang berada diluar wilayah pasar.

Berdasarkan masalah dan hasil wawancara yang penulis lakukan, maka perlu dibuatkan sebuah website E-Commerce untuk Garasi Spokat sebagai media penjualan secara online, yang mempermudah transaksi yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja oleh pegawai dengan customer. Bagaimana website E-Commerce yang dibuat mampu meningkatkan

penjualan, mempermudah pemasaran secara online, memberikan kemudahan akses informasi produk kepada customer, memperluas ruang lingkup penjualan dan menambah calon customer.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan peneliti dibagi menjadi tiga tahap yaitu pengumpulan data, perancangan bisnis, dan perancangan sistem.

2.1. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan beberapa teknik pengumpulan data yang menjadi faktor penting dalam sebuah keberhasilan. Metode yang digunakan harus secara sistematis, terarah, dan sesuai dengan topik yang dibahas. Adapun metode yang digunakan dalam menyelesaikan penelitian ini yaitu wawancara, observasi, dan studi literature.

Pengumpulan data melalui wawancara dilakukan dengan melakukan proses tanya jawab langsung kepada pemilik dan karyawan dari Garasi Spokat. Selain wawancara juga dilakukan observasi langsung pada jalannya proses bisnis di Garasi Spokat dan dokumen yang digunakan dalam proses, yang diamati adalah proses pemesanan, pengiriman, dan pembayaran. Terakhir peneliti juga mempelajari dan membaca teori-teori pada jurnal secara online, buku-buku terkait penelitian, serta referensi lainnya.

2.1. Perancangan Bisnis

Business Model Canvas adalah sebuah bahasa yang sama untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis pada suatu perusahaan. Business mode canvas juga dapat sebagai alat untuk mendeskripsikan, menganalisa, dan merancang model bisnis pada suatu perusahaan. Terdapat 9 elemen model bisnis yang dapat digambarkan secara visual adalah *value proposition*, *customer segments*, *customer relationship*, *channels*, *key activities*, *key partnership*, *key resource*, *cost structure*, dan *revenue stream*. [4]

2.3. Perancangan Sistem

Dalam tahap perancangan sistem, peneliti menggunakan diagram-diagram pada *Unified Modeling Language* (UML) seperti *Activity Diagram* yang digunakan untuk menggambarkan proses bisnis, kemudian *Use Case Diagram* yang digunakan untuk menggambarkan bisnis sistemnya, *System Sequence Diagram* yang digunakan untuk menggambarkan aliran kronologis pesan antara pengguna sistem dengan sistem, terakhir adalah *Component Diagram* yang digunakan untuk menggambarkan plugin yang digunakan pada CMS.

Selain UML peneliti juga menggunakan *Interaction Flow Modeling Language* (IFML) untuk menggambarkan interaksi antara layar pada CMS.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Business Model Canvas (BMC)

Key Partnership	Key Activity	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segments
Suplier utama untuk produk sepatu Ekspedisi	Penjualan produk sepatu Mencari suplier utama	Menjual produk dengan harga murah. Produk original dan berkualitas	Diskon Testimoni Informasi transaksi produk	Pelajar Mahasiswa. Dewasa (Pekerja)
	Memasarkan produk Mengantar pesanan Mengakses website E-commerce			
Penyedia domain dan hosting	Key Resource	Menjual produk sepatu dengan lengkap Pemesanan produk dapat diakses dimana saja dan kapan saja	Channels	
	Pegawai Media sosial Handphone E-Commerce Komputer Toko		E-Commerce menggunakan website, Media Sosial (Instagram).	
Cost Structure		Revenue Streams		
Biaya Domain dan Hosting Biaya pembelian produk melalui suplier Biaya pegawai Biaya sewa toko Biaya ekspedisi pengiriman		Penjualan Sepatu		

Gambar 1. Business Model Canvas Garasi Spokat

Pada Gambar 1 terdapat 9 komponen dalam *Business Model Canvas* sebagai berikut:

Value Proposition

Garasi Spokat memiliki produk yang bervariasi dan original, dengan harga yang murah produk yang dijual sangat berkualitas. Garasi Spokat memberikan kemudahan kepada customer agar dapat membuat pemesanan secara online dimana saja dan kapan saja

Customer Segment

Customer Segment pada garasi spokat adalah pelajar dan mahasiswa yang mencari produk sepatu dengan harga yang murah, dan dewasa (pekerja) yang mencari produk sepatu yang cocok untuk bekerja

Customer Relationship

Garasi Spokat memberikan harga diskon kepada customer yang melakukan pembelian secara online, serta customer dapat memberikan testimoni dan review produk yang dibeli secara online. Customer akan mendapatkan informasi pemesanan produk yang dipesan melalui online

Channels

Garasi Spokat memiliki *website e-commerce* sebagai media transaksi dan pemasaran secara online yang mempermudah penjualan serta memperluas jangkauan. Serta peran media sosial (instagram) sebagai media pemasaran yang dapat berkomunikasi secara langsung kepada customer dan calon customer

Key Activities

Berdasarkan *value proposition* maka garasi spokat memerlukan kegiatan untuk mendukung agar *value proposition* dapat terhubung ke customer. Kegiatan yang dilakukan pada Garasi spokat saat ini adalah melakukan penjualan produk, serta mencari suplier utama untuk produk yang berkualitas dan harga yang murah. Garasi spokat juga memasarkan produk yang

dijual dan mengakses *website e-commerce* sebagai media transaksi, serta mengantarkan produk yang telah dipesan.

Key Partnership

Garasi Spokat memiliki *key partnership* untuk membantu agar *key activity* bisa berjalan, adapun yaitu suplier utama untuk produk sepatu yang dijual, sehingga produk dijual dengan murah dan dapat bersaing ditoko lain. Dalam pengiriman, Garasi spokat mempercayakan kepada pihak ekspedisi untuk mengirim ke customer, dan juga memiliki penyedia *domain* dan *hosting* untuk penjualan secara online

Key Resource

Garasi Spokat memiliki aset penting yaitu toko fisik yang membutuhkan pegawai agar penjualan berjalan dengan baik, dengan menggunakan handphone dan komputer untuk digunakan pada *E-commerce* dan sosial media

Cost Structure

Struktur biaya yang dikeluarkan pada Garasi Spokat saat ini yaitu biaya sewa toko, gaji pegawai, pembelian produk melalui suplier, biaya ekspedisi pengiriman, dan juga biaya *domain* dan *hosting*.

Revenue Stream

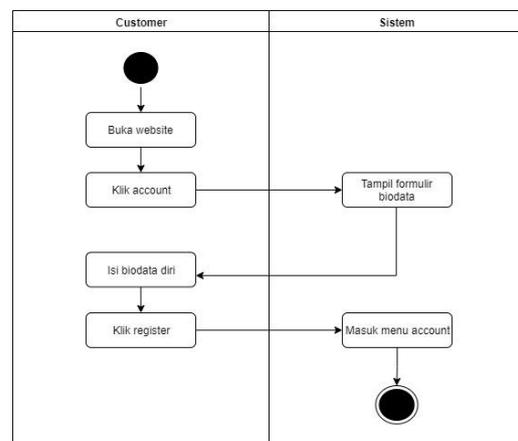
Pendapatan yang didapat oleh Garasi Spokat didapat dari hasil penjualan berbagai produk sepatu

3.2. Activity Diagram

Proses bisnis pada Garasi Spokat adalah sebagai berikut:

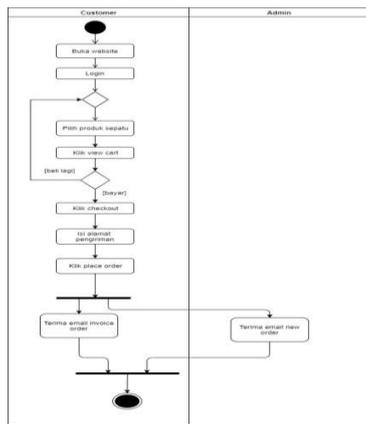
Proses Registrasi

Pada Gambar 2 merupakan *activity diagram* registrasi, Customer mengakses website garasi spokat, kemudian klik menu *account* lalu sistem akan menampilkan *form register* dan customer mengisi data dengan benar. Setelah semuanya terisi customer klik register untuk mendaftarkan pada website garasi spokat, dan customer akan masuk pada menu *account*.



Gambar 2. Activity Diagram Registrasi

Proses Pemesanan

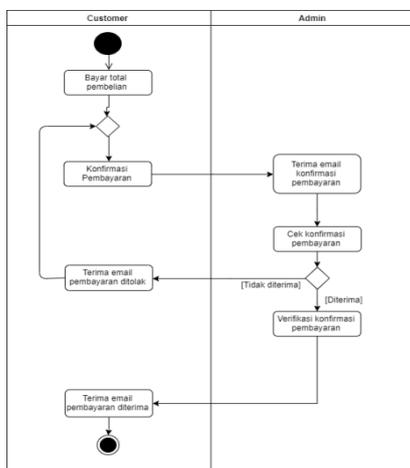


Gambar 3. Activity Diagram Pemesanan

Pada Gambar 3 merupakan *Activity Diagram* Pemesanan, *Customer* mengakses website garasi spokat, setelah itu lakukan *login* sebelum melakukan *order*, *customer* memilih sepatu yang ingin dipesan, kemudian klik *view cart* untuk melihat produk yang dipilih. Jika sudah selesai memilih produk, *customer* klik *checkout* lalu mengisi isi alamat pengiriman, setelah semua diisi dengan benar, lalu klik *place order*. *Customer* akan mendapatkan notifikasi *email invoice order* dan admin akan mendapatkan *email new order*.

Proses Pembayaran

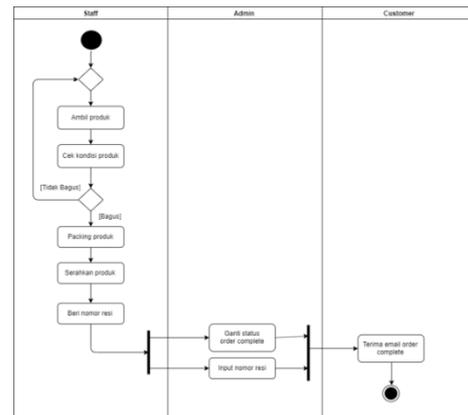
Pada Gambar 4 merupakan *activity diagram* pembayaran, *Customer* melakukan pembayaran sesuai total pesanan dengan melakukan transfer kepada bank yang sudah tertera. *Customer* melakukan konfirmasi pembayaran pada halaman menu website garasi spokat, dan mengisi formulir konfirmasi pembayaran. Admin akan menerima *email* konfirmasi pembayaran, kemudian mengecek apakah pembayaran sesuai dengan *order*, jika tidak sesuai maka *customer* akan mendapatkan *email* pembayaran ditolak, jika pembayaran sesuai admin akan verifikasi konfirmasi pembayaran dan *customer* akan mendapat *email* pembayaran diterima.



Gambar 4. Activity Diagram Pembayaran

Proses Pengiriman

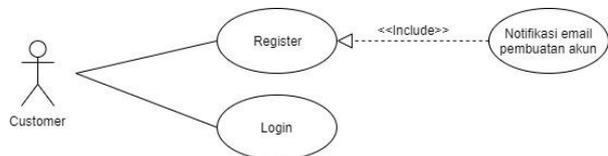
Pada Gambar 5 merupakan *activity diagram* pengiriman, Staff akan mengambil produk yang dipesan dan mengecek kondisi produk, jika kondisi produk buruk maka staff akan mengambil produk yang lain, jika bagus maka staff akan melakukan *packing* produk dan menyerahkannya kepada ekspedisi pengiriman kemudian staff mendapat nomor resi. Staff menyerahkan nomor resi kepada admin, setelah itu admin mengganti status order menjadi *complete* dan menginput nomor resi. *Customer* akan menerima *email order complete*.



Gambar 5. Activity Diagram Pengiriman

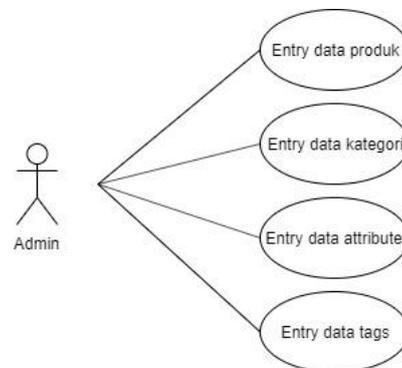
3.3. Use Case Diagram

Berdasarkan proses bisnis dapat digambarkan use case diagram, sebagai berikut:



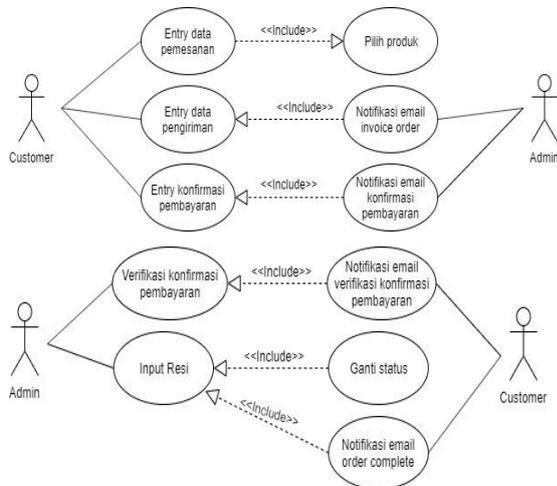
Gambar 6. Use Case Diagram Master User Customer

Gambar 6 merupakan *use case diagram* yang terdiri dari *use case login* dan *use case register* yang dilakukan oleh aktor *customer* dan sistem menjalankan notifikasi *email* pembuatan akun.



Gambar 7. Use Case Diagram Master User

Gambar 7 merupakan *use case diagram* yang terdiri dari *entry data produk*, *entry data kategori*, *entry data attribute* dan *entry data tags*, yang dilakukan oleh aktor *admin*

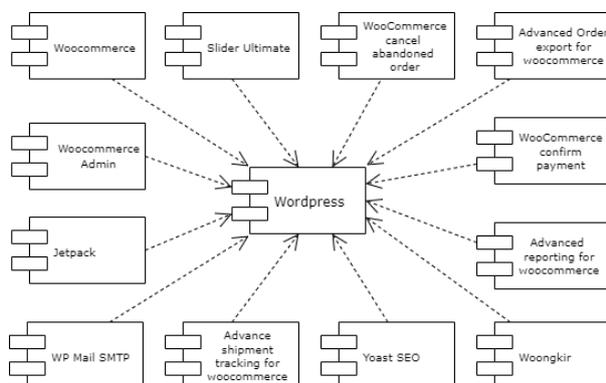


Gambar 8. Use Case Diagram Transaksi

Gambar 8 merupakan *use case diagram* transaksi yang terdiri dari aktor *customer* yang terdapat *use case entry data pemesanan*, *use case pilih produk*, *use case entry data pengiriman* dan sistem menjalankan *notifikasi email invoice order* yang terhubung dengan *admin*, *use case entry data pembayaran* dan sistem menjalankan *notifikasi email konfirmasi pembayaran* yang terhubung dengan *admin*. Dan aktor *admin* yang terdapat *use case input resi* yang terdapat *use case ganti status* dan *use case notifikasi email order complete* yang terhubung dengan aktor *customer* dan *use case verifikasi konfirmasi pembayaran* dan *notifikasi email verifikasi konfirmasi pembayaran* yang terhubung dengan aktor *customer*

3.4 Component Diagram

Terdapat beberapa plugin pada CMS Wordpress yang digambarkan pada *component diagram* Gambar 9.



Gambar 9. Component Diagram CMS Garasi Spokat

Wordpress adalah aplikasi *web* yang memperbolehkan pemilik, editor, dan *author* untuk mengelola *website*

dan menerbitkan konten tanpa harus menguasai istilah teknis dan bahasa pemrograman terlebih dulu.

Woocommerce, *plugin e-commerce open source* untuk *wordpress* yang digunakan untuk bisnis kecil ataupun besar

Slide Ultimate, *plugin* yang memberikan informasi *sliding* pada *website*, informasi yang diberikan berupa kategori ataupun produk pada *website*.

Woocommerce cancel abandoned order, *plugin* yang mengatur sistem pemesanan apabila pesanan belum melakukan pembayaran dan sudah melewati batas waktu yang sudah ditentukan, maka akan otomatis membatalkan pesanan tersebut.

Advance order export for woocommerce, *plugin* yang membantu untuk melihat informasi dan mencetak laporan pada *website*.

Woocommerce confirm payment, *plugin* ini digunakan untuk mengatur konfirmasi pembayaran untuk pesanan dan memberikan formulir konfirmasi pembayaran pada *website*.

Advance reporting for woocommerce, *plugin* yang menunjukkan laporan lengkap dari Ringkasan Total, Pesanan Terbaru, Negara Penagihan Teratas, Negara, Penjual Produk Teratas, Kupon, Gateway Pembayaran Teratas, Status Pesanan, Pengiriman, dan Pajak.

Woongkir, *plugin* ini memberikan daftar harga dan daftar jasa yang diberikan oleh ekspedisi pengiriman untuk sistem pengiriman pada *website*

YostSEO, *plugin* yang membantu dalam meningkatkan *search engine optimization* sebuah *website*, agar *website* dapat meningkat *page rank* pada *search engine*.

Advance shipment tracking for woocommerce, menambahkan informasi pelacakan pengiriman ke pesanan dan memberikan cara mudah bagi *customer* untuk melacak pesanan.

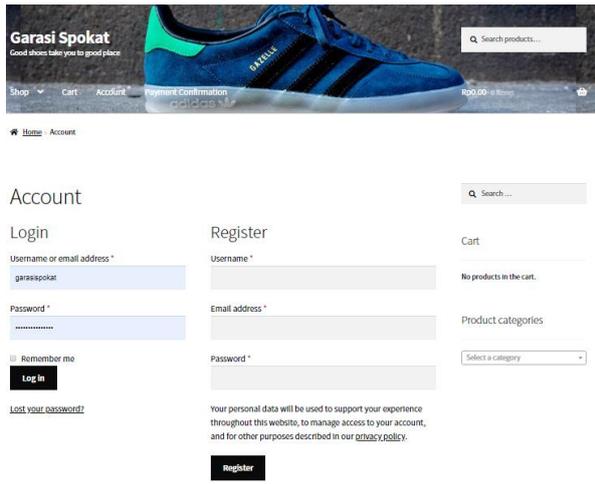
WP mail SMTP, *plugin* ini untuk memudahkan konfigurasi email *SMTP* untuk menghubungkan email pada *website*

Jetpack adalah *plugin* yang mengoptimalkan dan manajemen *wordpress* serta melindungi *website* dari serangan *brute force* dan *login* tidak sah.

Woocommerce Admin, *plugin* ini digunakan untuk mengatur *website*, *plugin* ini dapat menampilkan laporan yang mempunyai *filter* yang mudah untuk digunakan

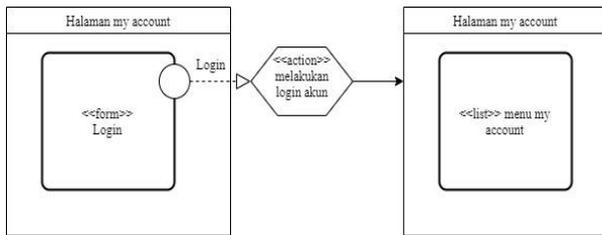
3.5 Interaction Flow Modeling Language (IFML)

Customer yang melakukan pemesanan pada *website* Garasi Spokat maka harus melakukan login terlebih dahulu pada halaman login. (Gambar 10)



Gambar 10. Halaman Login

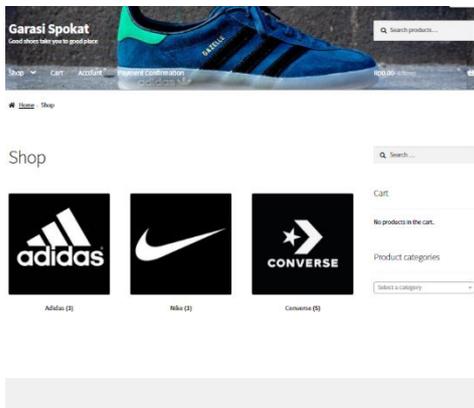
Interaksi pada halaman login Gambar 10 dengan membuka halaman *my account* dan menuju halaman login untuk memasukkan username dan password (Gambar 11)



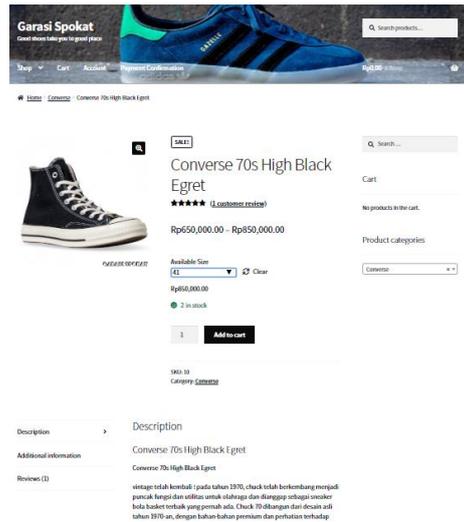
Gambar 11. Interaction Flow Modeling Language Login

Setelah login *customer* melanjutkan ke halaman shop untuk belanja sepatu dengan memilih kategori barangnya (Gambar 12). Setelah barang di pilih maka akan menuju ke halaman detail produk (Gambar 13). *customer* dapat menambahkan barang yang dipilih ke keranjang belanja (Gambar 14).

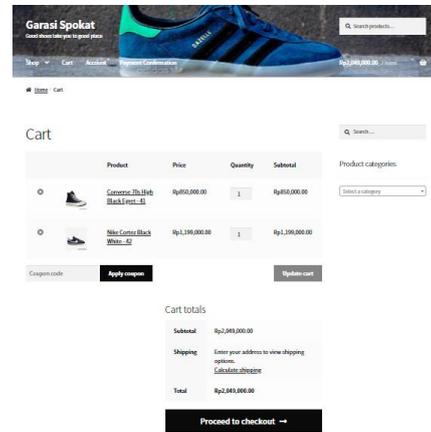
Interaksi antara halaman shop, detail produk dan keranjang belanja untuk proses pemesanan dapat dilihat pada Gambar 15.



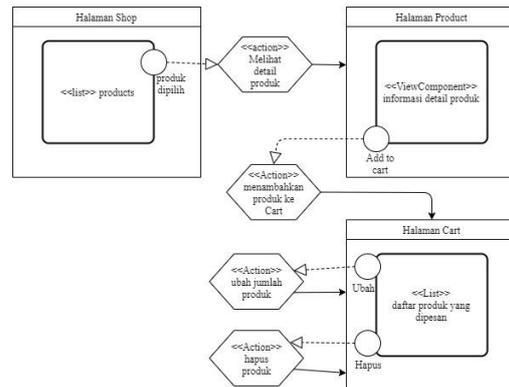
Gambar 12. Halaman Shop



Gambar 13. Halaman Detail Produk

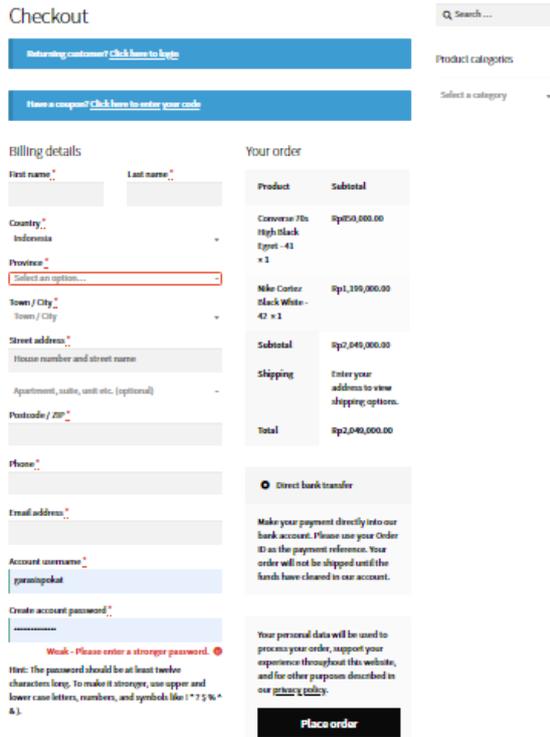


Gambar 14. Halaman Keranjang Belanja



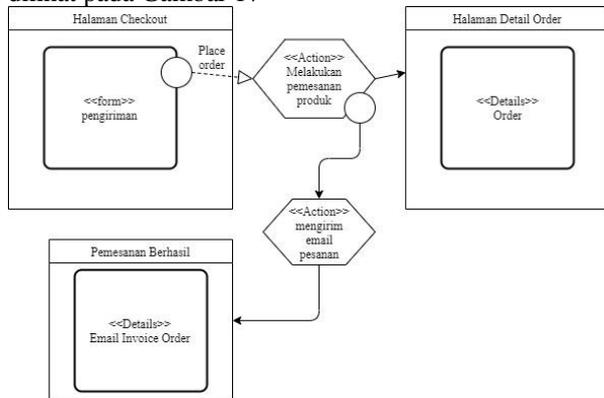
Gambar 15. Interaction Flow Modeling Language Pemesanan

Kemudian jika mengisi keranjang belanja sudah selesai, *customer* dapat melakukan checkout untuk mengisi data tujuan pengiriman barang (Gambar 16). Selesai mengisi data pengiriman, *customer* memproses pemesanannya yang ditandai dengan tampil halaman pesanan berhasil dibuat.



Gambar 16. Halaman Checkout

Interaksi halaman checkout dan detail order dapat dilihat pada Gambar 17



Gambar 17. Interaction Flow Modeling Language Detail Order

4. Kesimpulan

Berdasarkan perancangan e-commerce maka dapat disimpulkan e-commerce yang dibuat membantu toko Garasi spokat memperluas ruang lingkup penjualan yang dilakukan secara online, membuat kegiatan penjualan menjadi lebih efektif karena customer dapat melakukan pembelian dimanapun dan kapanpun. Meluasnya area jangkauan penjualan Garasi Spokat maka meningkatkan pendapatan toko. *Search Engine Optimization* perlu dioptimalkan penggunaannya sehingga dapat lebih memperluas lagi area penjualan dengan memasukan website ke *page rank website* pada *search engine*.

Daftar Rujukan

- [1] D. R. Tanjung, I. Darmawan, and N. Ambasari, "Membangun Web E-Commerce Pemesanan Sepatu Pada UMKM Linda Shoes," *eProceedings Eng.*, vol. 5, no. 3, 2018.
- [2] B. Kirlyana and S. Rosyida, "Sistem Informasi Penjualan Sepatu Handmade Berbasis Web," *Inf. Manag. Educ. Prof.*, vol. 1, no. 1, pp. 22–31, 2016.
- [3] M. G. Rezqi and A. Ghina, "Analisis Model Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Bidang Sepatu Dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas Studi Kasus: UMKM 'GZL' dan UMKM 'ASJ' Di Kota Bandung Pada Tahun 2014," *eProceedings Manag.*, vol. 2, no. 1, pp. 38–46, 2015.
- [4] A. Osterwalder, *Business Model Generation*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012.