

Penerapan Business Model Canvas Dalam Membangun Web Commerce (Studi Kasus Toko PusatSneakers_Jkt)

Lazuardi Angga Saputra¹, Samsinar²

Universitas Budi Luhur, Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama,
Jakarta Selatan 12260, Indonesia

Email: lazuardiangga97@gmail.com¹, samsinar@budiluhur.ac.id²

Abstract - Electronic Commerce is an activity for the sale and purchase of products or services by using the Internet network and computer. The problems that can be encountered and obstacles faced such as the lack of marketing media to market shoe products in the Jakarta Sneakers Central Shop. Sale transactions are sometimes not recorded by the seller because the proof of transaction only uses the image media via WhatsApp. Therefore author builds an e-commerce-based online sales website by implementing a Business Model Canvas that will be used to analyze the business model of Pusat Sneakers Jakarta. This research has resulted in improvement in shoe products and facilitating the ordering process, so it can increase the number of customers in terms of sales and product ordering shoes. In the application of Business Model Canvas in PusatSneaker_JKT store is expected to describe the business management that will be done and how the Business management shop PusatSneaker_JKT will documentation in a Business Model Canvas.

Keywords - BMC, E-Commerce, Shoes, Sneakers

Intisari - *Electronic Commerce* merupakan suatu kegiatan penjualan dan pembelian produk barang atau jasa dengan menggunakan jaringan internet dan komputer. Masalah yang dapat ditemui dan kendala yang dihadapi seperti kurangnya media pemasaran untuk memasarkan produk sepatu pada toko Pusat Sneakers Jakarta. Transaksi penjualan yang terkadang tidak tercatat oleh penjual karena bukti transaksi hanya menggunakan media gambar via Whatsapp. Oleh karena itu penulis membangun website penjualan secara online berbasis *e-commerce* dengan menerapkan *Business Model Canvas* yang akan digunakan untuk menganalisis model bisnis Pusat Sneakers Jakarta. Penelitian ini menghasilkan peningkatan pada produk sepatu dan mempermudah dalam proses pemesanan, sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan dari segi penjualan serta pemesanan produk sepatu. Dalam penerapan *Business Model Canvas* pada toko PusatSneaker_JKT ini diharapkan dapat menggambarkan manajemen usaha yang akan dilakukan dan bagaimana Keluarga manajemen usaha toko PusatSneaker_JKT akan dokumentasi dalam sebuah business model Canvas.

Kata Kunci - BMC, E-Commerce, Sepatu, Sneakers

I. PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya jaman banyak hal yang dapat kita lakukan dengan mudah, praktis dan simpel, dijamin yang semua orang sangat memerlukan handphone untuk kebutuhan sehari-harinya maka banyak juga keperluan yang dibuat lebih praktis yang bisa diakses atau dilakukan menggunakan handphone, transaksi biasanya dibuat lebih mudah karena tidak perlu mengunjungi toko fisik dan proses pembayaran juga memiliki pilihan yang banyak contohnya *Cash On Delivery* (COD), ATM transfer, M Banking, melalui minimarket sebagai pihak kerja sama, dan lain-lain. Kegiatan berbelanja secara online ini bisa juga di sebut *E-Commerce*. *E-Commerce* (*elektronik commerce*) merupakan salah satu teknologi yang berkembang pesat

dalam bidang penjualan, pembelian barang dan jasa melalui jaringan elektronik seperti internet, *E-Commerce* merupakan suatu cara belanja yang memang seiring dengan kehadiran internet dalam kehidupan kita. Banyak orang mendapatkan manfaat kemudahan berbisnis melalui media internet [1].

Toko PusatSneaker_JKT merupakan toko yang menjual sepatu sneaker dengan beragam merek, jenis, dan kualitas, kisaran harga yang ditawarkan oleh toko ini mulai dari Rp.199.000 sampai dengan Rp.500.000, toko yang baru berusia kurang lebih 2 tahun ini masih berusaha untuk mengembangkan usahanya, baik dalam pemasaran dan menarik minat pelanggan untuk membeli produk sepatu di toko ini, dan sistem bisnis yang digunakan oleh pemilik toko adalah *Business to Consumer* (B2C) yaitu hubungan langsung antara pemilik bisnis ke konsumen [2].

Karena keterbatasan pengetahuan untuk memasarkan produknya maka cara pemasaran toko ini hanya dengan menggunakan media sosial Instagram untuk melihat foto sepatu yang dijual dan dilanjutkan dengan aplikasi whatsapp untuk pemesanan ke penjual, jadi dengan adanya peran *e-commerce* dapat membantu pemasarannya menggunakan media baru yang sebelumnya belum digunakan, maka penulis mengembangkan aplikasi website berbasis *E-Commerce* menggunakan CMS wordpress yang bertujuan membantu menambah media untuk penjualan produk yang ada di toko PusatSneaker_JKT.

Berdasarkan dari hal yang telah dijelaskan diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah yang ada pada Toko PusatSneaker_JKT sebagai berikut: kurangnya sarana promosi untuk menginformasikan produk terbaru, karena pemasaran yang saat ini dilakukan hanya melalui media sosial berupa instagram dan di instagram gambar produk yang beresolusi rendah dan tidak bisa di secara detail, maka mempengaruhi kepercayaan konsumen.

Membangun sebuah bisnis akan memerlukan proses yang dilakukan didalamnya dan penting kenapa harus memiliki sebuah model bisnis yang dipetakankan atau digambarkan dengan terperinci secara sistematis. Agar dapat diketahui, peneliti akan mengidentifikasi setiap elemen yang akan digambarkan pada *business model canvas* toko saat ini. Kemudian dilakukan analisis menggunakan SWOT yang berfungsi untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada lingkup usaha [3]. Model bisnis dengan biaya rendah dalam bidang apapun, pengembangan serta inovasi wajib dilakukan demi berlangsungnya kehidupan sebuah bisnis termasuk dalam bisnis penjualan secara online seperti *e-commerce*. Dalam penerapan model bisnis canvas untuk membangun *e-commerce* yang akan menjadikan secara jelas penggambaran dengan apa yang akan dilakukan oleh pengelola usaha.

II. SIGNIFIKANSI STUDI

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh [4] dengan judul “Penerapan Bisnis Model Canvas dalam Menentukan Rencana Manajemen Usaha Jasa Pengiriman Dokumen Di Denpasar”, penelitian ini bertujuan dapat menggambarkan Manajemen usaha yang akan dilakukan dalam 9 elemen dalam Bisnis Model Canvas yang tergambar.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh [2] dengan judul “Implementasi *E-Commerce* Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang)”. Penelitian ini mengambil studi kasus pada toko Pastbrik Kota Malang, tujuan dari penelitian ini untuk mengimplementasikan *website e-commerce* yang berfungsi sebagai media promosi dan penjualan elektronik. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menggunakan implementasi *e-commerce* dengan menggunakan *software opencart* pada toko Pastbrik Malang akan dapat membantu mengurangi biaya yang dikeluarkan serta dapat menyampaikan informasi secara detail dan cepat mengenai produk kepada pelanggan.

Penelitian selanjutnya oleh [5] yang berjudul “Prototipe *E-Commerce* Berdasarkan Konsep *Business Model Canvas* (BMC) Untuk Meningkatkan Daya Saing: Studi Kasus Usaha Kecil Menengah (UKM) Pangkalpinang”. Dalam menganalisis proses bisnis internal menggunakan metode *functional analysis*, untuk faktor eksternal menggunakan metode PEST, BMC dan arsitektur IT dengan metode *Enterprise Architecture Planning* (EAP), Teknik analisis dan perancangan menggunakan UML, pengujian menggunakan FGD serta pengujian kualitas menggunakan ISO 25010. Hasilnya prototype e-commerce dengan konsep BMC untuk meningkatkan daya saing pada UMKM Pangkal Pinang yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja.

Penelitian lain yang berjudul “Analisis Penerapan *Business Model Canvas* Pada Toko MOI Collection”. Penelitian ini mengambil studi kasus pada Toko MOI *Collection*, Penelitian ini bertujuan untuk memberikan alternatif future business model canvas bagi Toko Moi Collection. Jenis penelitian ini adalah penelitian bersifat kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode wawancara. Uji keabsahan data dilakukan dengan metode triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa customer segments saat ini yaitu segmented market. Value propositions yang tidak ada dalam BMC Toko Moi Collection yaitu cost reduction. Channels secara direct (channels sendiri) dan *indirect (partner channels)* serta melalui semua *fase channels*. *Customer relationships* saat ini yaitu *personal Assistance, dedicated personal assistance, communities* dan *self service* pada future BMC. *Revenue streams* bersumber dari penjualan produk dan jasa penyewaan trolley pada future BMC. *Key resources* saat ini yaitu physical (counter kaca, kaca dan besi-besi, “bak” coklat, pick up, trolley dorong), *intellectual* (merek dan partnerships) dan human (karyawan) dengan tambahan mobil box dan teknologi pada future BMC. *Key activities* saat ini yaitu promosi pada hari besar serta melakukan distribusi dan perdagangan dengan menetapkan customer segment baru (pengguna onlineshop dan web), briefing dan memperbaiki sistem pembayaran pada future BMC. *Key partnerships* saat ini adalah supplier, customer dan rekan kerja dengan wholesale club pada future BMC. *Cost structure* dengan *cost driven dan value driven serta fixed costs, variable costs, economies of scale serta economies of scope* dengan perbaikan sistem pembayaran [6].

B. Studi Pustaka

Analisis SWOT bertujuan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan suatu organisasi serta kemampuan mengatasi perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis [3][6].

Model bisnis merupakan sebuah model bisnis untuk penggambaran pemikiran terhadap bagaimana sebuah organisasi dalam menciptakan, memberikan dan menangkap nilai suatu perusahaan [7]

Business Model Canvas adalah bahasa untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah sebuah rancangan model bisnis, mempunyai 9 blok elemen [8].

Sistem Informasi merupakan kumpulan elemen-elemen yang saling terkait antara satu dengan yang lain yang tak dapat dipisahkan, untuk mencapai satu tujuan tertentu. Secara sederhana suatu sistem dapat diartikan sebagai suatu kumpulan atau himpunan dari unsur, komponen atau variabel yang terorganisir, saling berintegrasi saling tergantung satu samalain, dan terpadu. Sebuah sistem terdiri atas bagian bagian atau komponen yang terpadu untuk satu tujuan [9].

Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke Pembeli [10].

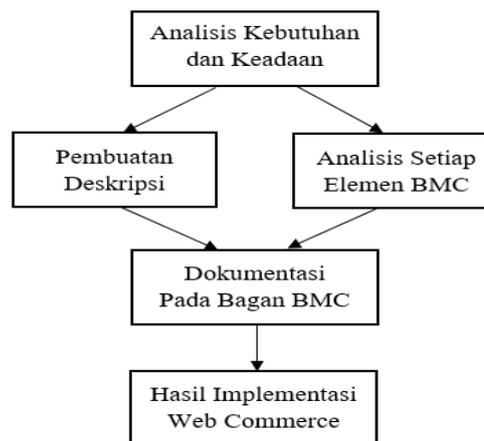
Pemasaran secara online [11] merupakan langkah mempromosikan yang dilakukan via aplikasi komputer secara online yang dapat menghubungkan pelanggan dengan pihak pengelola

usaha secara elektronik. Dengan demikian pemasaran atau penjualan secara online merupakan sebuah cara strategi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk penjualan produk-produk menggunakan media internet.

Unified Modeling Language (UML) bahasa visual untuk pemodelan dan komunikasi mengenai sebuah sistem dengan menggunakan diagram dan teks-teks pendukung. Definisi UML yaitu sebagai suatu bahasa yang sudah menjadi standar pada visualisasi, perancangan dan juga pendokumentasian sistem *software*. Saat ini UML sudah menjadi bahasa standar dalam penulisan *blue print software* [12].

C. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, tahapan rinci yang dilakukan adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Alur Analisis Penelitian

Pada gambar 1. Menjelaskan mengenai mengenai alur analisis dari penelitian:

1. Menganalisis kebutuhan dan keadaan pengembangan web *commerce* pada PusatSneaker_JKT.
2. Pembuatan Deskripsi umum yang seluruh elemen *business model canvas*.
3. Analisis dari setiap elemen dalam *business model canvas* dan hubungan dari setiap elemen.
4. Dokumentasi untuk desain aplikasi *commerce* pada *bussiness model canvas*.
5. Hasil Implementasi Web Commerce yang dibangun.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bisnis penjualan produk sepatu sneaker dewasa ini mengalami persaingan yang sangat ketat diantara pesaing-pesaing usaha sejenis, dari hal tersebut dilakukan pengembangan penjualan secara online menggunakan *web commerce* untuk Toko PusatSneaker_JKT dalam menjual sepatu sneaker dengan beragam merek, jenis, dan kualitas, kisaran harga yang di tawarkan oleh toko ini mulai dari Rp.199.000 sampai dengan Rp.500.000, toko yang baru berusia kurang lebih 2 tahun ini masih berusaha untuk mengembangkan usaha nya, baik dalam pemasaran dan menarik minat pelanggan untuk membeli produk sepatu di toko ini dan menampilkan nilai lebih dari jenis usaha yang sama.

A. Deskripsi Business Model Canvas(BMC)

Untuk mengembangkan sistem *E-Commerce* ini tahapan awal dalam BMC yaitu dimulai dari elemen *Customer Segment* hingga *elemen Cost Structure*. BMC secara umum merupakan penggambaran ruang lingkup secara keseluruhan setiap perusahaan yang terdiri dari 9 Blok

Elemen Model Bisnis [8], sebagai berikut:

1. *Customer Segments*

Blok elemen ini merupakan bagian penting dalam melakukan aktifitas bisnis saat ini dan kedepannya, segmen ini untuk menentukan sasaran segmentasi pelanggan dari penjualan produk pada Toko PusatSneakerJKT, tanpa penetapan atau penentuan tujuan pelanggan maka bisnis tidak dapat berjalan dengan baik nantinya. Dalam hal ini yang difokuskan untuk *customer segment* nya adalah siswa SMP – SMA yang berlatar belakang ekonomi menengah, dan masyarakat umum.

Customer Segment yang ditargetkan oleh perusahaan yaitu merupakan orang-orang yang memiliki kesamaan kebutuhan dan sedikit perbedaan. Pemetaan dari *customer segment* ini berdasarkan kebutuhan dari customer itu sendiri. Hal ini yang ditangkap oleh perusahaan atau pemilik usaha toko sepatu sneakers ini merupakan suatu peluang bisnis yang melihat Adanya kebutuhan terhadap masyarakat yang berlatar belakang ekonomi menengah serta masyarakat umum khususnya siswa siswi Sekolah mulai dari SMP-SMA agar terjangkau dan mudah untuk mendapatkan produk sepatu sneakers yang diinginkan.

2. *Value Proposition*

Blok elemen ini berisi tentang nilai tambah yang akan membuat bisnis dari toko PusatSneakersJKT terlihat menarik dan berbeda dengan bisnis lainnya yang sejenis. Yang membuat produk ini berbeda dengan yang lain adalah sepatu dengan kualitas premium dengan berbagai merk, jenis dan harga yang di tawarkan dan kecepatan respon pemilik toko jika pelanggan ingin memesan.

3. *Channels*

Blok elemen ini sama pentingnya dengan blok elemen lain yang merupakan media yang digunakan untuk memasarkan produk agar bisa sampai ke tangan konsumen. Channel merupakan bagaimana toko dapat memberikan segala informasi, distribusi dan penjualan kepada pelanggan atau konsumen [7].

Dalam menyampaikan informasi tentang produk juga merupakan hal yang sangat penting untuk membuat para konsumen atau pelanggan mengetahui produk sepatu sneakers yang sesuai dan cocok untuk mereka. Media yang digunakan adalah melalui media sosial seperti instagram dan whatsapp.

4. *Customer Relationship*

Pada BMC *customer relationship* merupakan jenis hubungan yang ingin dibangun pihak Toko PusatSneakersJKT bersamaan dengan *customer segment* [7]. Blok elemen ini merupakan cara berinteraksi untuk menjaga loyalitas konsumen, agar lebih banyak menjangkau orang yang belum tahu produk. Pelanggan juga dapat berkomunikasi langsung kepada pemilik toko melalui media chat yang disediakan pada halaman *web commerce*, pelanggan dapat menerima bantuan Terkait informasi produk atau hal lain yang butuhkan. *Customer relationship* yang dilakukan oleh Toko PusatSneakersJKT ini diantaranya dengan memberikan promo setiap pembelian diatas 3 pasang pihak toko akan memberikan gratis ongkos kirim.

5. *Revenue Streams*

Blok elemen ini merupakan struktur arus finansial dari perusahaan, produk atau jasa apa saja yang dapat memberikan pemasukan atau keuntungan dari value proposition yang ditawarkan. Arus finansial atau pendapatan merupakan inti dari model bisnis [7]. Keuntungan dari toko PusatsenakersJKT ini didapat dari hasil penjualan produk. Arus keuntungan ini didapatkan dari pendapatan Transaksi yang dihasilkan dari Pembayaran pelanggan, ini

ditunjukkan dari sistem penjualan produk sepatu sneakers yang *cash* dan *carry*, dimana pelanggan melakukan pembayaran dengan waktu yang ditentukan batasnya.

6. *Key Resources*

Blok elemen ini merupakan sumber daya yang harus dimiliki perusahaan agar dapat kompetitif dalam menciptakan value perusahaan dan model bisnis dapat berfungsi [7]. Sumber daya yang dibutuhkan untuk kelangsungan bisnis pada toko PusatsneakersJKT adalah media sosial dan handphone yang digunakan untuk melakukan promosi produk-produk sepatu sneakers.

7. *Key Activities*

Blok elemen ini adalah bagian yang menjelaskan bagaimana aktivitas kunci atau strategi kompetitif yang dilakukan bisnis untuk menciptakan value propositionnya. Strategi yang dilakukan pada bisnis toko PusatSneakersJKT adalah selalu menyediakan model sepatu yang mengikuti tren yang sedang berlangsung.

8. *Key Partnership*

Blok elemen ini merupakan mitra atau partner yang mendukung organisasi agar selalu kompetitif. Partner yang dimiliki oleh toko PusatsneakersJKT ini adalah toko-toko sepatu yang ada di daerah pasar Taman Puring dan perusahaan penyedia ekspedisi Pengiriman

9. *Cost Structure*

Blok elemen ini merupakan biaya-biaya apa saja yang dibutuhkan yang harus dikeluarkan untuk menjalankan keseluruhan aktivitas bisnis. Rincian biaya yang dikeluarkan pada toko PusatSneakersJKT adalah pembelian kuota internet dan promosi berbayar di Instagram.

Yang digambarkan pada gambar 2 berikut:

<p><i>Key Partners</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> - Toko sepatu beragam jenis yang ada di daerah pasar taman puring - Ekspedisi pengiriman 	<p><i>Key Activities</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> - Menjual berbagai merk sepatu dan jenis yang mengikuti trend yang sedang berlangsung 	<p><i>Value Proposition</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> - Menjual sepatu dengan kualitas premium dengan berbagai merk, jenis dan harga yang terjangkau - Respon cepat dari penjual 	<p><i>Customer Relationships</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> - Pembelian di atas 3 pasang gratis ongkos kirim - Diskon 	<p><i>Customer Segments</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> - Pelajar SMP sampai SMA dengan latar belakang ekonomi menengah - Masyarakat umum
<p><i>Cost Structure</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> - Pembelian paket data internet untuk handphone - Melakukan promosi berbayar disitus instagram 	<p><i>Revenue Streams</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> - Hasil penjualan produk 			

Gambar 2. *Business Model Canvas*

B. Analisis SWOT

Analisis SWOT ini mendefinisikan tentang *strengths*, *weakness*, *opportunity* dan *threats* dari Toko PusatSneaker_JKT yang mempunyai *Strengths* terlihat dalam *value propositions* (kualitas premium, harga terjangkau, respon cepat), *key partnership* hubungan kerjasama dengan toko-toko sepatu yang beragam jenis sebagai supplier dan perusahaan ekspedisi pengiriman cukup baik.

Weakness dapat terlihat pada *channel* yang mengandalkan media sosial sebagai kanal untuk promosi produk yang dijual toko dan mencari *customer*, *revenue streams* yang hanya mengandalkan hasil dari penjualan produk saja atau memiliki 1 sumber pendapatan, *key resources* kinerja Karyawan sedikit rendah yang jg mengandalkan sosial media Instagram dan whatsapp dan handphone, *key partnership* hanya memiliki 1 *supplier* yang ada di taman puring dan *cost structure* dengan pembelian paket data internet, iklan bisnis pada Instagram yang cukup besar.

Opportunity yang di miliki dengan semakin banyak peminat *fashion sneakers* dimasyarakat dan terkadang kurangnya mutu kualitas yang yang diutamakan oleh pelaku usaha. Sedangkan *Threats* yang ada adalah berbedanya minat dari pelanggan dan semakin banyaknya persaingan dengan usaha yang sama atau sejenis.

TABEL I.
ANALISIS SWOT TOKO PUSATSNEAKER_JKT

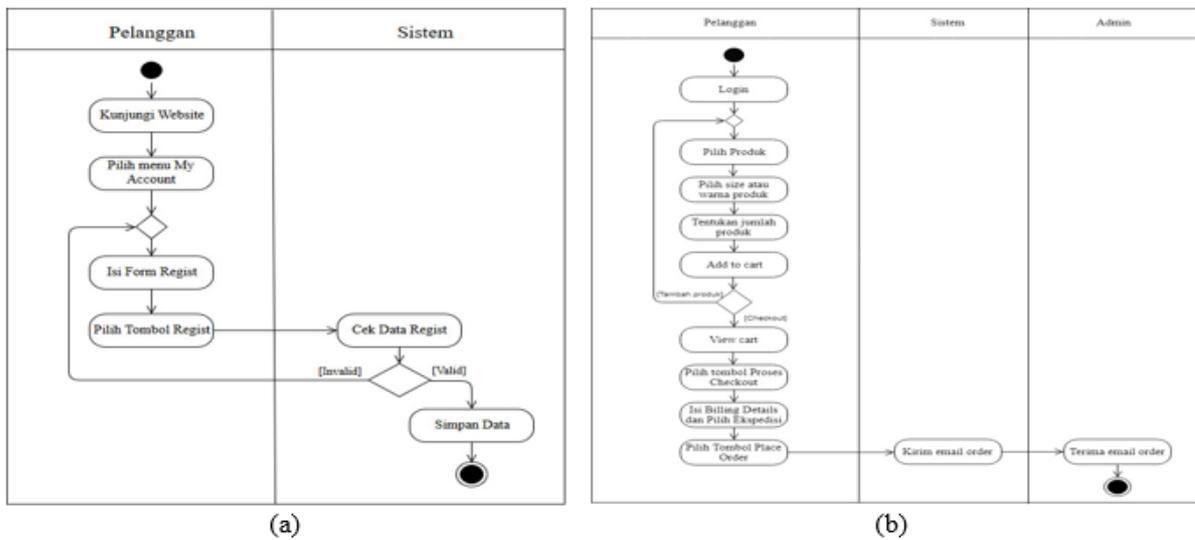
<p style="text-align: center;"><i>Strengths</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kualitas Premium, - Harga terjangkau, - Respon cepat 	<p style="text-align: center;"><i>Weakness</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengandalkan media sosial untuk promosi produk yang dijual toko dan mencari <i>customer</i> - Pendapatan dari penjualan produk saja - Kinerja Karyawan mengandalkan sosial media Instagram dan whatsapp - Memiliki 1 <i>supplier</i> yang ada di taman puring saja - Pengeluaran cukup besar untuk paket data internet serta iklan bisnis
<p style="text-align: center;"><i>Opportunity</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Semakin banyak peminat <i>fashion sneakers</i> dimasyarakat - Kurangnya mutu kualitas yang yang diutamakan oleh pelaku usaha 	<p style="text-align: center;"><i>Threats</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Berbedanya minat dari pelanggan - Semakin banyaknya persaingan dengan usaha yang sama atau sejenis

C. Hasil Implementasi Web Commerce Toko PusatsneakersJKT

Pada tahapan Implementasi ini, sistem *e-commerce* Toko PusatSneaker_JKT dibangun yang berdasarkan tahapan perancangan sebelumnya yang sudah digambarkan pada BMC.

1. Activity Diagram

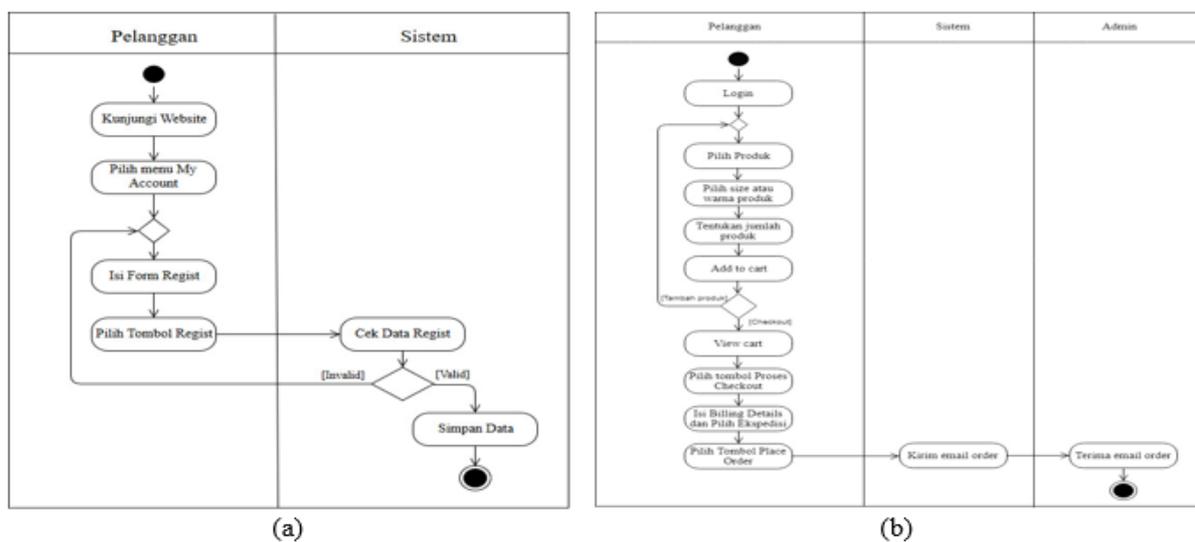
Activity Diagram adalah menggambarkan *workflow* (aliran kerja) atau aktivitas dari sebuah sistem atau proses bisnis atau menu yang ada pada perangkat lunak [12]. Berikut *activity diagram* usulan yang dibuat peneliti pada Toko PusatsneakersJKT:



Gambar 3. (a) Proses Pendaftaran, (b) Proses Pemesanan Produk

Pada gambar 3(a), setiap pelanggan yang ingin memesan produk harus mengunjungi *website* terlebih dahulu. Lalu pelanggan melakukan registrasi untuk menjadi member dengan pilih menu *my account*. Setelah itu pelanggan mengisi data pada *form regist* lalu pilih tombol *register*, kemudian sistem akan memvalidasi dan menyimpan data.

Pada gambar 3(b), setelah berhasil melakukan registrasi, pelanggan harus melakukan login terlebih dahulu. Kemudian pelanggan dapat memilih produk sesuai dengan kategori yang diinginkan, lalu pelanggan memilih *size* atau warna dan menentukan jumlah barang yang diinginkan dan pilih tombol *Add to cart*. Jika pelanggan ingin menambah produk, pelanggan memilih produk kembali, jika tidak pelanggan pilih tombol *View cart* untuk melakukan *checkout*. Pada *form cart* pelanggan dapat melihat *list* produk yang telah dibeli, kemudian pelanggan pilih tombol *Processed to checkout*. Pada *form checkout* pelanggan mengisi *billing details* dan memilih ekspedisi pengiriman lalu pilih tombol *place order*. Sistem akan mengirim *email new order* kepada admin.



Gambar 4. (c) Proses Pembayaran, (d) Proses Pengiriman

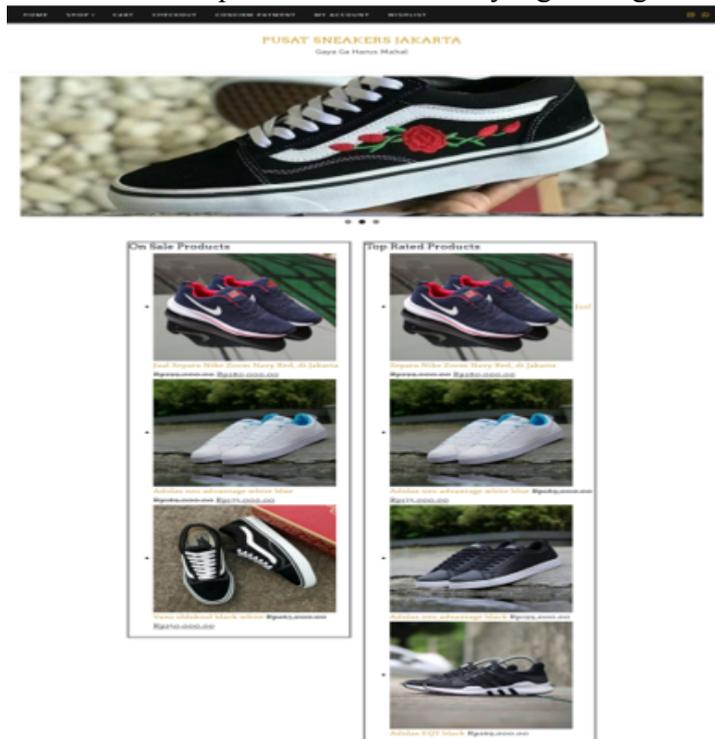
Pada gambar 4(c), menjelaskan bahwa berdasarkan pesanan yang telah dibuat, pelanggan melakukan pembayaran sesuai total harga yang tertera pada order details. Setelah melakukan pembayaran, pelanggan mengkonfirmasi pembayaran dengan memilih menu *confirm payment*.

Lalu pelanggan mengisi form confirm payment dan mengupload bukti transfer kemudian pilih tombol submit. Sistem akan mengirim email confirm payment order kepada admin

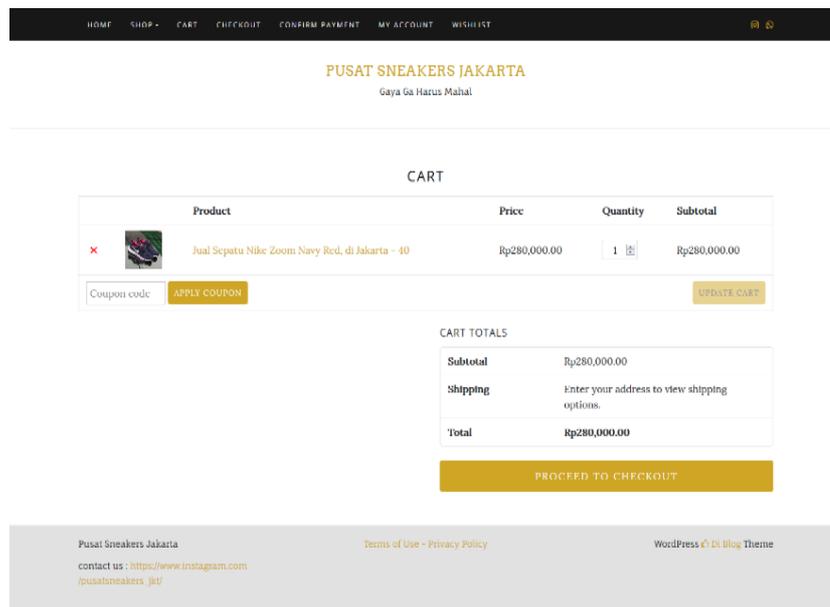
Pada gambar 4(d), dalam proses ini Admin menyiapkan barang untuk dikirim, lalu admin mendapatkan resi. Setelah itu admin *meninput* resi dengan memilih menu *woocommerce*, lalu pilih menu *orders*, kemudian admin *input* resi dan pilih tombol *save tracking*. Setelah itu admin mengubah status *order* menjadi *delivered* lalu pilih tombol *update*. Kemudian sistem akan mengirim email *order delivered* kepada pelanggan, lalu setelah menerima barang pelanggan memilih tombol *completed order* pada menu *orders*.

2. *Interface*

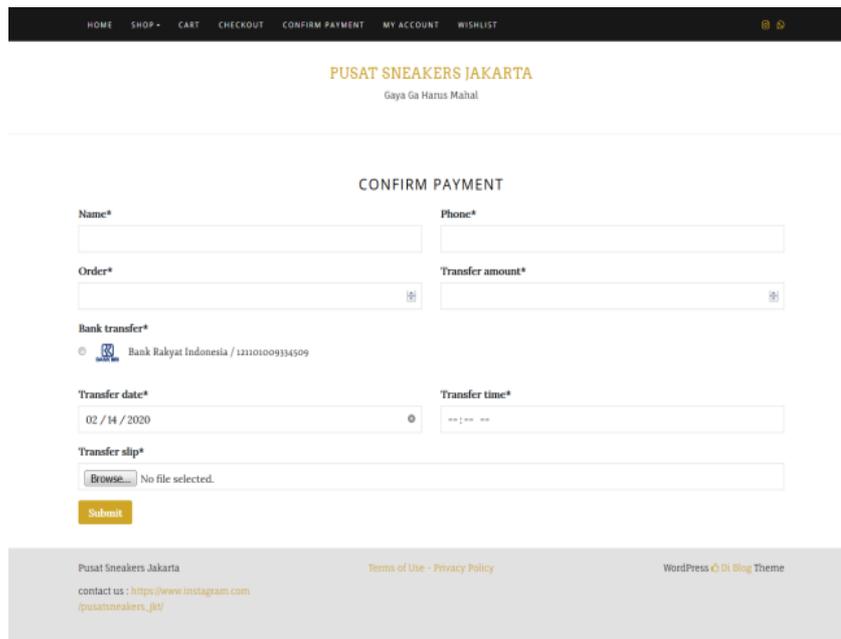
Berikut merupakan halaman tampilan *web commerce* yang dibangun:



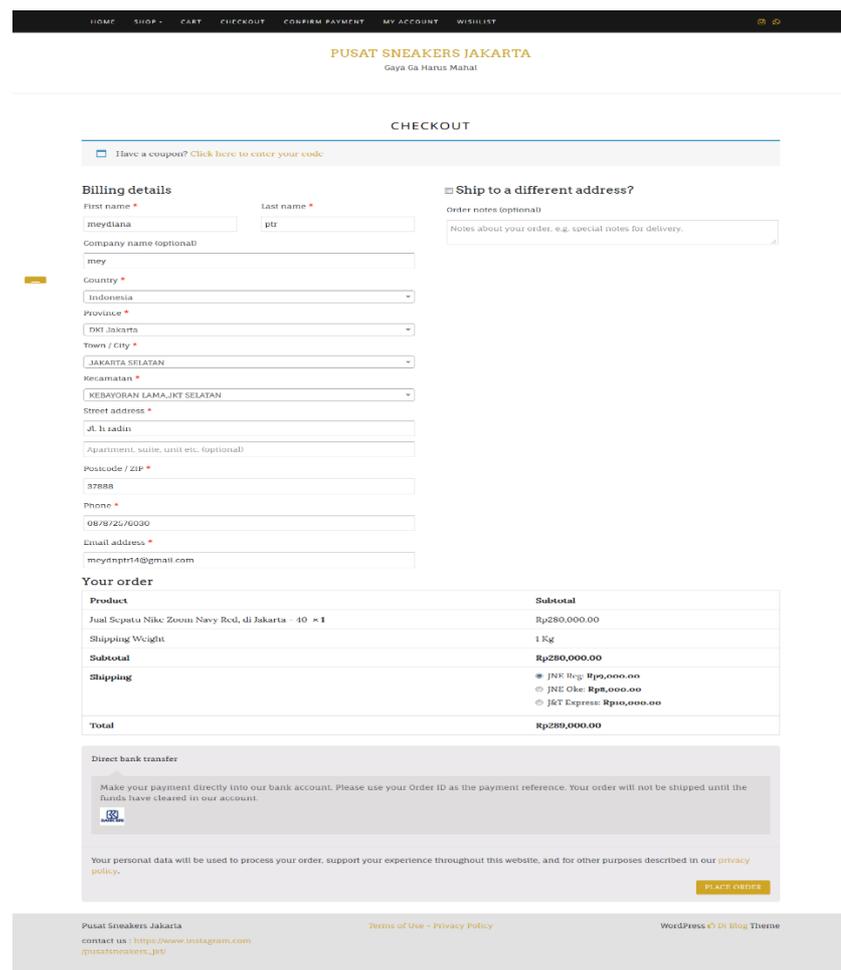
Gambar 5. Tampilan Halaman Utama <http://pusatsneakersjkt.com>



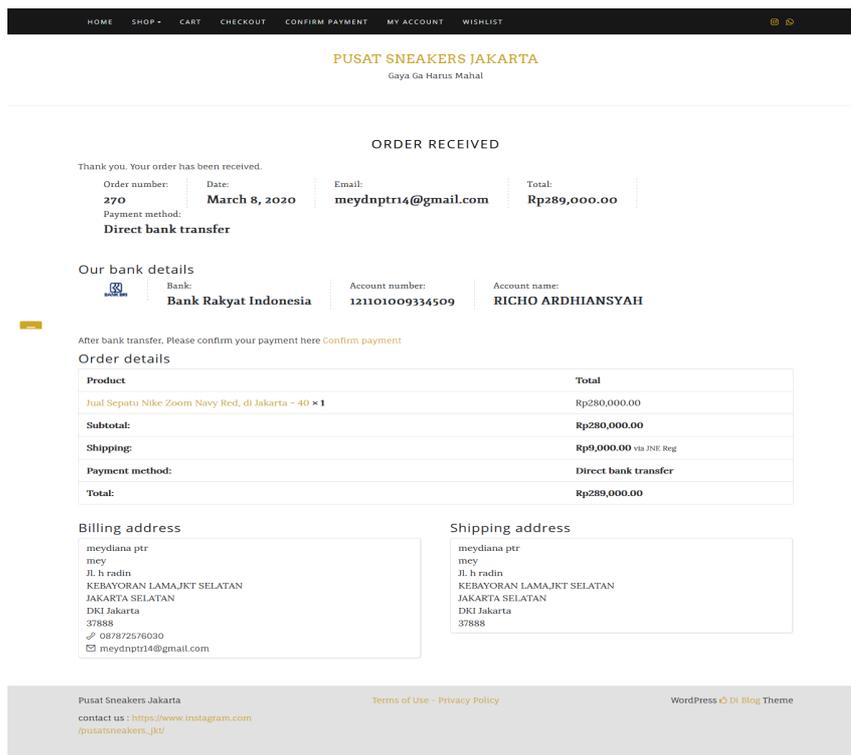
Gambar 6. Tampilan Keranjang Belanja



Gambar 7. Tampilan Halaman Konfirmasi Pembayaran Pelanggan



Gambar 8. Tampilan Halaman Checkout



Gambar 8. Tampilan Halaman Order Received

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dari tahapan analisis, model bisnis yang berjalan pada Toko PusatsneakersJKT dalam *Business Model Canvas* maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu; *Business Model Canvas* dapat sangat membantu toko dalam mengenali ruang lingkup toko yang dibangun yang ditunjukkan dalam sebuah BMC yang terbentuk dan saling Terkait dari 9 blok elemen yang ada di BMC dan dengan adanya web *commerce* ini dapat memperluas ruang lingkup toko dalam meningkatkan pelayanan dan penjualannya di berbagai wilayah baik dalam kota maupun luar kota dan dengan dibuatkan modul yang terkait transaksi-transaksi penjualan yang terjadi sehingga memudahkan pemilik toko untuk mengetahui tingkat penjualan yang ada.

REFERENSI

- [1] Maymunah. Perancangan Website E-Commerce Penjualan Kripik Pisang Pada Wira Usaha Mandiri Pardasuka. *Procciding KMSI*. 2014; vol.2(1): pp. 23–27.
- [2] S. M. Maulana, H. Susilo, and Riyadi. Implementasi E-commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2015; vol.29(1): pp. 1–9.
- [3] Afrilita, N. Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Pada PT. Samekarindo Indah di Samarinda. *Jurnal Adminsitrasi Bisnis*, 2013; vol.1(1): pp. 56–70.
- [4] Pratami, I. P. W., ADH, Ni W C. Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Jasa Pengiriman Dokumen Di Denpasar. *Jurnal Sistem dan Informasi*. 2016; vol.11(1): pp. 77–85.
- [5] Hengki, Okkita, Rizan. Prototipe E-Commerce Berdasarkan Konsep Business Model

- Canvas (BMC) Untuk Meningkatkan Daya Saing. *Proceeding of Conference on Information Technology, Information System and Electrical Engineering*. Yogyakarta. 2016: pp. 206–215.
- [6] Priyono, F. Analisa Penerapan Business Model Canvas Pada Toko Moi Collection. *Agora*, 2015; vol.3(2): pp. 358–363.
- [7] Osterwalder, A. and Pigneur, Y. *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc, 2010.
- [8] Z. Zamzuri, T. Wicaksono, and S. Karim. Workshop Business Model Canvas untuk Analisa Bisnis Komprehensif. *Jurnal Panrita Abdi*, 2018; vol.2(2): pp. 105–112.
- [9] R. Saputra. Desain Sistem Informasi Order Photo Pada Creative Studio Photo Dengan Menggunakan Bahasa Pemrograman Visual Basic .Net 2010. 2015; *Jurnal Momentum*, vol.17(2): pp. 86–93.
- [10] Wulandari and S. Aprilia. Sistem Informasi Penjualan Produk Berbasis Web Pada Chanel Distro Pringsewu. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model*. 2015; vol.4: pp. 41-47.
- [11] Kotler, P. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prehallindo, 2001.
- [12] Gusriwa, R. Analisa Dan Perancangan Berorientasi Objek Pada Website Rencana Pengembangan Pendidikan Dasar Kota. *Jurnal KomTekInfo*, 2017; vol.4(2): pp. 204–213.