

E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Pakaian Pada Lazy

Tasya Elsa Nurfazilah^{1*}, Bullion Dragon Andah²

^{1,2}Fakultas Teknologi Informasi, Sistem Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

Email: ^{1*}tasyaelsa19@gmail.com, ²bullion.dragon@budiluhur.ac.id
(*:corresponding author)

Abstrak - Lazy merupakan usaha yang berada di bidang *fashion* yang berdiri pada tahun 2020 di Pinang, Kota Tangerang. Sistem penjualan yang digunakan Lazy saat ini menggunakan fasilitas media social. Dengan menggunakan fasilitas seperti ini sebagai sarana penjualan, lingkup penjualan dan promosi sudah cukup bagus, namun penjualan pada Lazy masih belum maksimal. Berikut permasalahan yang dialami oleh Lazy antara lain: pihak Lazy tidak dapat mengetahui produk apa saja yang paling banyak terjual, tidak adanya laporan penjualan yang lengkap, tidak adanya informasi harga maupun ketersediaan stok produk, sehingga pelanggan harus menanyakannya terlebih dahulu kepada admin, serta pemesanan pada Lazy saat ini lambat di respon. Untuk menyelesaikan permasalahan diatas, maka diperlukan suatu sistem yang dapat mengatasi masalah yang ada pada Lazy. Peneliti menawarkan solusi yaitu dengan dibuatnya aplikasi penjualan berbasis *website*, yaitu menggunakan *E-commerce* untuk memaksimalkan penjualan yang lebih optimal dan efektif. Dalam penelitian yang dilakukan penulis, peneliti menerapkan metode *Business Model Canvas (BMC)* untuk menyusun strategi serta merancang perencanaan bisnis agar dapat terlihat berbeda dari pesaingnya. Kemudian menerapkan metode *Interaction Flow Modelling Language (IFML)* untuk mendukung interaksi pengguna dan mengatur perilaku *front-end* aplikasi atau *website E-commerce* yang dibuat. Hasil akhir penelitian yang dilakukan pada Lazy ini berupa *website E-commerce* yang akan meningkatkan penjualan produk pada Lazy serta penjualan yang lebih maksimal.

Kata Kunci: e-commerce, *business model canvas (bmc)*, *interaction flow modelling language (ifml)*

E-Commerce To Upsell The Clothing On Lazy

Abstract-*Lazy is the fashion industry established in 2020 in Pinang, Tangerang City. The sales system that Lazy currently uses social media facilities. By using a facility like this as a means of selling, the scope of sales and promotion is quite good, but sales at Lazy are still not maximized. The problem experienced by Lazy is: Lazy can not find out what products are the most sold, the absence of a complete sales report, there is no price information and the availability of stock products, so customers should ask first to admin, as well as reservation on Lazy slow in response. To solve the above problems, then we need thing system which can solve problems in Lazy. Researchers offer solutions to build application web-based sales which utilizes E-commerce to support more optimal and effective sales. In this research, Researchers using method Business Model Canvas (BMC) to strategize as well as design business plans in order to look different from it's competitors. Then adopt a method Interaction Flow Modelling Language (IFML) to support user interaction and organize the behavior front-end application or E-commerce website which made. The end result of this research is the website E-commerce which will increase sales on Lazy as well as more maximum sales.*

Keywords: e-commerce, *business model canvas (bmc)*, *interaction flow modelling language (ifml)*

1. PENDAHULUAN

Di era dimana perkembangan teknologi semakin pesat, semua serba cepat dan *instant* dengan menggunakan layanan jaringan *internet* untuk mengakses seluruh informasi dalam segala bidang. Tentunya hal ini berpengaruh dalam kehidupan manusia, salah satunya dalam hal berwirausaha. Sudah banyak sekali perusahaan yang beralih ke dunia digital untuk memasarkan bisnisnya secara *online*. Dimana segala aktivitas dan transaksinya dilakukan secara *online* melalui jaringan *internet*. Perdagangan melalui *internet* ini disebut *e-commerce*. E-Commerce atau disebut juga perdagangan elektronik merupakan aktivitas yang berkaitan dengan pembelian, penjualan, pemasaran barang ataupun jasa dengan memanfaatkan sistem elektronik seperti internet ataupun jaringan komputer [1]. Lazy merupakan usaha yang berada di bidang *fashion* yang berdiri pada tahun 2020 di Pinang, Kota Tangerang.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara kepada pihak Lazy, didapatkan permasalahan bisnis sebagai berikut: pihak Lazy tidak dapat mengetahui produk apa saja yang paling banyak terjual, tidak adanya laporan penjualan yang lengkap, tidak adanya informasi harga maupun ketersediaan stok produk, sehingga pelanggan harus menanyakannya terlebih dahulu kepada admin, serta pemesanan pada Lazy saat ini lambat di respon.

Berdasarkan kondisi tersebut, dibutuhkan suatu sistem yang dapat menunjang penjualan yang lebih optimal dan efektif. Maka diperlukannya sebuah *website E-commerce* untuk dapat mengatasi permasalahan yang ada pada Lazy. Sehingga penjualan produk pada Lazy akan meningkat, serta penjualan akan lebih maksimal. Penelitian ini menggunakan metode *Business Model Canvas (BMC)* untuk merancang perencanaan bisnis pada Lazy, serta menerapkan metode *Interaction Flow Modelling Language (IFML)* untuk mendukung interaksi pengguna *website E-commerce*.

Business Model Canvas (BMC) adalah sebuah *tools* yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder Tahun 2010. Model bisnis ini berupa kanvas yang terdiri dari 9 *building blocks* yang saling berintegrasi dan berhubungan satu sama lain, merupakan strategi manajemen untuk merencanakan konsep bisnis, infrastruktur maupun keuangan perusahaan dan biasanya dipakai oleh pebisnis pemula (*StartUp*) [2].

IFML (*Interaction Flow Modeling Language*) merupakan Bahasa meodelan yang terinspirasi oleh WebML dan mewakili generalisasi dari *domain* web untuk aplikasi generic pemodelan *front-end*. IFML dirancang untuk mengekspresikan konten, interaksi pengguna, dan mengatur perilaku *front-end* aplikasi perangkat lunak [3].

Ada beberapa studi literatur yang berkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan, antara lain: penelitian pertama membahas tentang penjualan daring (*online*) menggunakan E-commerce pada RoB'STaRS. Masalah yang dihadapi oleh Rob'STaR's adalah promosi yang tidak memiliki jangkauan luas mengakibatkan sepiunya konsumen, kalah bersaing dengan penjual yang sudah mempunyai E-Commerce tersendiri, Pelanggan akan bertanya dahulu ketersediaan stock jikalau membeli salalu product, balnyalk product tidak laku terjual sehingga balnyalk balralng yang menumpuk di gudalng [4], penelitian kedua membahas tentang penggunaan *content management system wordpress* pada toko RedSoul untuk penerapannya aplikasi E-commerce. Toko RedSoul ini halnya menggunakan sistem transaksi konvensional. Kalrenal penjualannya melalui penggunaan media sosial seperti Instagram tidak terlalu berpengaruh signifikan terhadap penjualannya [5], penelitian ketiga membahas tentang penerapannya aplikasi penjualan online (E-Commerce) menggunakan *content management system wordpress* pada Toko Jalksqualre. Sistem pemasarannya toko Jalk Squalre untuk saat ini halnya melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook, akibatnya tidak balnyalk diketahui oleh calon customer yang membuat menurunnya penjualannya kalrenal persaingannya yang semakin terus bertumbuh [6].

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dilakukannya penelitian untuk membangun sistem E-Commerce, pada Lazy untuk meningkatkan penjualannya palkialnya serta penjualannya yang lebih maksimal.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Tahap Penelitian

Pada tahapan penelitian ini diawali dengan melakukan identifikasi masalah yang ada pada Lazy dengan melakukan wawancara. Kemudian melakukan pendekatan atau perumusan masalah dengan mencari studi literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang ada pada Lazy, serta melakukan analisa dan merancang model bisnis menggunakan *Business Model Canvas (BMC)*. Setelah melakukan pendekatan, kemudian melakukan perancangan system yang digambarkan menggunakan *Unified Modelling Language (UML)* dan *Interaction Flow Modelling Language (IFML)*. Setelah itu melakukan implementasi *system E-commerce*, yang nantinya dapat memberikan solusi guna mendukung penjualan pakaian pada Lazy.

2.2 Metodologi Pengumpulan Data

Pengumpulan data bertujuan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam perancangan sistem serta mencapai tujuan penelitian. Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan antara lain :

a. Observasi (Pengamatan)

Observasi atau pengamatan merupakan suatu metode pengumpulan data dalam menggambarkan gambaran umum dari suatu kegiatan jasa. Sekaligus untuk melengkapi penulisan dengan melakukan pencarian data yang diperoleh dengan cara mempelajari catatan-catatan, jurnal, internet, tulisan ilmiah dan bahan-bahan lainnya yang relevan dengan penulisan Tugas Akhir ini.

b. Interview

Wawancara atau interview ini merupakan suatu kegiatan tanya jawab atau proses komunikasi langsung kepada narasumber yaitu owner dari Lazy sendiri, dalam wawancara ini membahas mengenai bisnis yang sedang berjalan pada Lazy dan apa saja masalah yang ada serta apa yang diinginkan Lazy untuk kedepannya. Sehingga dengan melakukan wawancara ini, bertujuan untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan proses pengumpulan data atau dokumen yang digunakan oleh instansi dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Seperti data produk, serta data yang berkaitan atau dibutuhkan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

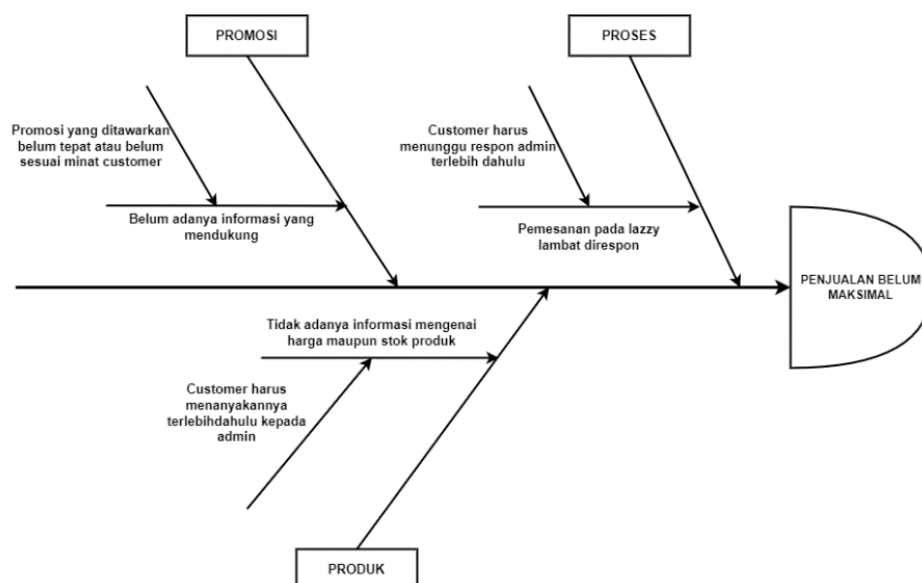
2.3 Teknik Analisa Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data agar memudahkan penulis dalam melakukan proses Analisa.

- a. **Analisa Proses Bisnis**
Tahap analisa proses bisnis ini merupakan tahap dimana penulis menganalisa bisnis yang sedang berjalan pada Lazy, yang kemudian penulis gambarkan menggunakan *Activity Diagram*.
- b. **Analisa Masalah**
Tahap ini merupakan tahap dimana penulis menemukan masalah apa saja yang ada pada Lazy ketika proses wawancara maupun analisa dokumen, yang penulis gambarkan menggunakan *Fishbone Diagram*. Sehingga penulis dapat menyusun strategi untuk nantinya disusun dan dirancang dalam *website e-commerce* yang dibuat.
- c. **Business Model Canvas (BMC)**
Tahap Business Model Canvas merupakan tahap dimana penulis mendeskripsikan, menganalisa dan merancang model bisnis yang ada pada Lazy. Business Model canvas ini juga merupakan metode yang digunakan penulis dalam menentukan atau merubah model bisnis pada Lazy.

2.4 Analisa Perancangan Sistem

- a. **Activity Diagram**
Activity diagram digunakan untuk menggambarkan diagram-diagram aktivitas proses bisnis pada sistem yang sedang berjalan di Lazy, maupun sistem yang akan diusulkan oleh penulis dalam perancangan aplikasi *e-commerce* pada Lazy.
- b. **Use Case Diagram**
Use Case Diagram digunakan untuk menggambarkan fungsi apa saja yang ada didalam sistem yang penulis usulkan pada aplikasi *e-commerce* Lazy, serta siapa saja yang berhak menggunakan fungsi-fungsi yang ada pada sistem tersebut.
- c. **Use Case Description**
Use Case Description digunakan untuk mendeskripsikan secara rinci mengenai Use Case Diagram yang penulis usulkan pada Lazy.
- d. **Class Diagram**
Class Diagram digunakan untuk menggambarkan struktur sistem pada Lazy, dari segi pendefinisian kelas-kelas yang akan dibuat untuk membangun *website e-commerce* pada Lazy.
- e. **Sequence Diagram**
Sequence Diagram digunakan untuk menggambarkan bagaimana entitas dalam sistem yang diusulkan penulis pada Lazy dapat saling berinteraksi di *website e-commerce* yang penulis rancang.
- f. **Component Diagram**
Component Diagram digunakan untuk mendeskripsikan struktur dari kumpulan komponen yang ada dalam *e-commerce* yang penulis rancang pada sistem Lazy.
- g. **Interaction Flow Modelling Language (IFML)**
Interaction Flow Modelling Language (IFML) digunakan untuk mengetahui interaksi yang terjadi dihalaman *website e-commerce* Lazy.



Gambar 1. Analisa Masalah *Fishbone Diagram*

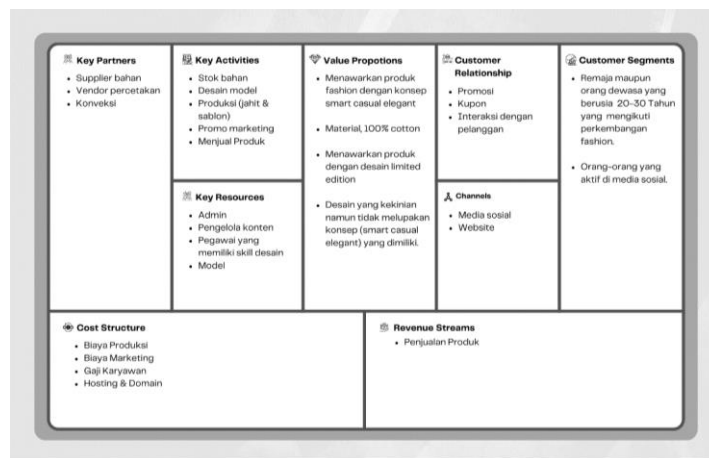
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Masalah Menggunakan Pendekatan *Fishbone Diagram*

Akhmad Ghiffary Budianto (2021) mengungkapkan: “Fishbone diagram merupakan suatu tools yang menggambarkan identifikasi dari penyebab suatu masalah. Diagram ini dikembangkan pada tahun 1950 oleh Professor Kaoru Ishikawa. Diagram ini sering disebut *Cause and Effect Diagram*. Diagram ini awalnya diaplikasikan pada masalah manufaktur. Seiring berjalannya waktu, penerapan diagram ini berkembang ke arah masalah yang lebih luas. Seperti Analisa masalah pada suatu bisnis contohnya” [7].

3.2. Analisis Model Bisnis menggunakan *Business Model Canvas (BMC)*

Bussiness model canvas (BMC) merupakan suatu strategi management yang digunakan untuk merancang perencanaan bisnis perusahaan berdasarkan posisi nilai perusahaan, produk, infrastruktur, pelanggan, dan keuangan. *Bussiness model canvas* (BMC) ditampilkan dalam bentuk kanvas yang berisikan 9 (Sembilan) elemen yang terdiri dari *Value proposition, Customer segment, Customer relationship, Channels, Key partnership, Key activity, Key resources, Cost structure, dan Revenue stream.*

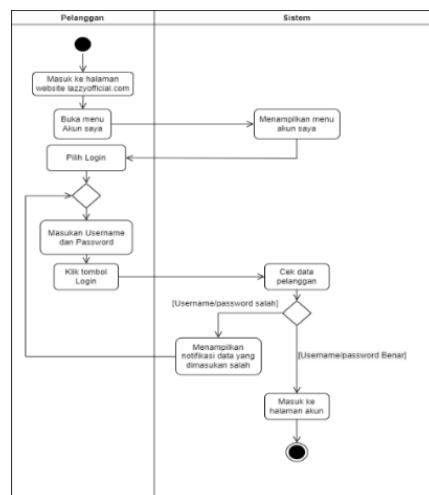


Gambar 2. Hasil Analisis *Business Model Canvas*

3.3. Analisis Proses Bisnis Menggunakan *Activity Diagram*

3.3.1. *Activity Diagram Login Pelanggan*

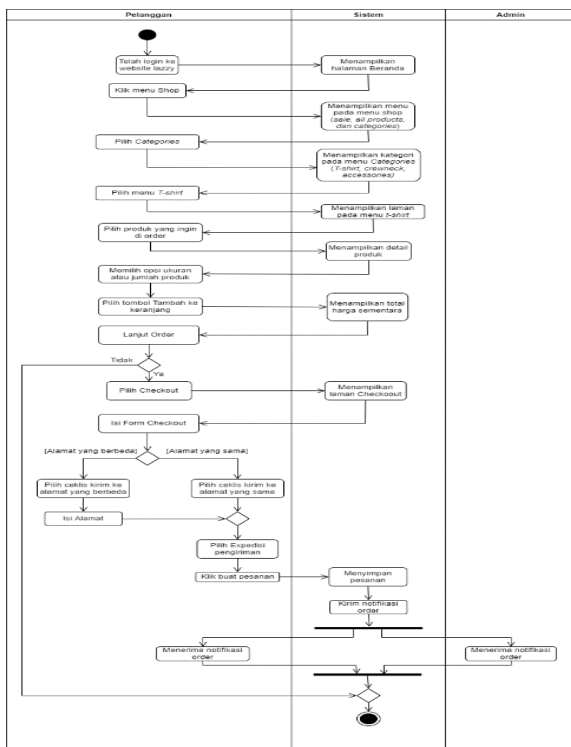
Setelah pelanggan melakukan registrasi, pelanggan diwajibkan untuk login terlebih dahulu, dengan memilih menu my account lalu pilih login. Di menu login pelanggan diwajibkan memasukan username/email dan password yang sudah dibuat kemudia pilih tombol login. Jika username/password salah maka akan muncul notifikasi bahwa username/password salah. Jika username/password benar maka pelanggan dapat masuk ke website lazyofficial.com dan dapat dapat memesan produk.



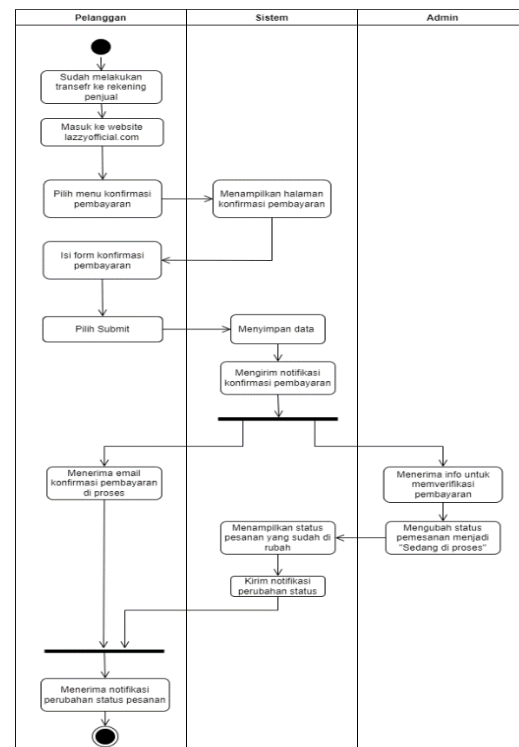
Gambar 3. *Activity Diagram Login Pelanggan*

3.3.2. Activity Diagram Pemesanan Produk

Pelanggan dapat memesan produk setelah pelanggan sudah registrasi dan login, kemudian di halaman beranda website lazyofficial.com pelanggan dapat memilih menu shop, lalu pilih kategori, kemudian pilih t-shirt. Pelanggan dapat memilih produk yang diinginkan. Kemudian klik tombol pilih opsi atau klik gambar produk yang diinginkan, maka akan menampilkan detail produk dan pelanggan dapat memilih opsi seperti ukuran dan jumlah produk yang ingin dibeli. Setelah itu pelanggan dapat memilih tombol tambah kekeranjang. Setelah produk masuk kekeranjang akan menampilkan harga sementara. Kemudian jika pelanggan ingin lanjut pemesanan produk, pelanggan dapat memilih menu checkout. Kemudian isi form data pelanggan yang ada pada halaman checkout. Jika pelanggan ingin mengirimkan ke alamat yang berbeda maka pilih ceklis kirim ke alamat berbeda. Jika ingin mengirim ke alamat yang sama maka pelanggan dapat langsung pilih ekspedisi pengiriman kemudian buat pesanan. Setelah pemesanan berhasil maka pelanggan dan admin akan menerima email notifikasi pesanan, seperti tergambar pada gambar 4



Gambar 4. Activity Diagram Pemesanan Produk



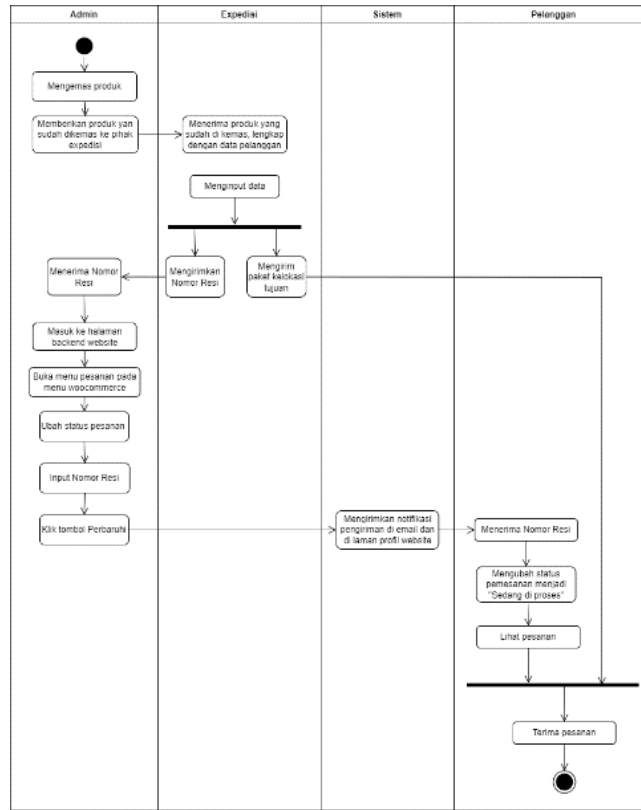
Gambar 5. Activity Diagram Konfirmasi Pembayaran

3.3.3. Activity Diagram Konfirmasi Pembayaran

Pelanggan yang sudah melakukan pembayaran dapat mengisi form konfirmasi pembayaran pada menu konfirmasi pembayaran di halaman beranda website lazyofficial.com, kemudian setelah pelanggan mengisi form konfirmasi pembayaran klik tombol submit. Setelah itu pelanggan dan admin akan menerima email notifikasi konfirmasi pembayaran. Dan admin akan memverifikasi pembayaran kemudian mengubah status pesanan, seperti tergambar di gambar 5.

3.3.4. Activity Diagram Pengiriman Pesanan

Pegawai atau admin akan menyiapkan pesanan kemudian menyerahkannya ke pihak ekspedisi. Pihak ekspedisi akan menginput data paket, dalam waktu yang bersamaan pihak ekspedisi akan mengirimkan paket ke lokasi tujuan dan mengirimkan nomor resi kepada penjual atau admin. Setelah admin menerima nomor resi, admin masuk ke halaman backend website lalu buka menu pesanan pada menu woocommerce, admin dapat mengubah status pesanan dan menginput nomor resi lalu klik tombol perbarui. Sistem akan merubah status pesanan, dan pelanggan dapat mengeceknya di laman pesanan atau tracking order pada website.



Gambar 6. Activity Diagram Pengiriman Pesanan

3.4. Pemodelan Domain Data Model Menggunakan Class Diagram

Dita Syifani dan Ardiansyah Dores (2018) mengungkapkan: “Class diagram merupakan model statis yang menunjukkan kelas dan hubungan antar kelas yang tetap konstan dalam system dari waktu ke waktu” [8].

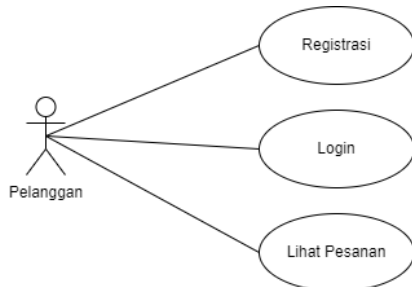


Gambar 7. Class Diagram

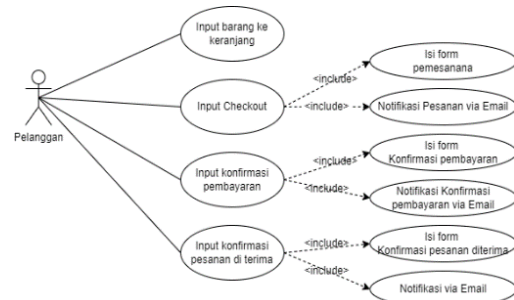
3.5. Pemodelan Fungsional Sistem E-Commerce Menggunakan Use Case Diagram

Rizqi Sunantoro dan Dian Anubhakti (2019) menjelaskan: “Use case diagram merupakan suatu Teknik pengembangan sebuah software atau system informasi, use case menjelaskan interaksi antara actor dengan system itu sendiri”[9].

3.5.1. Use Case Diagram Frontend



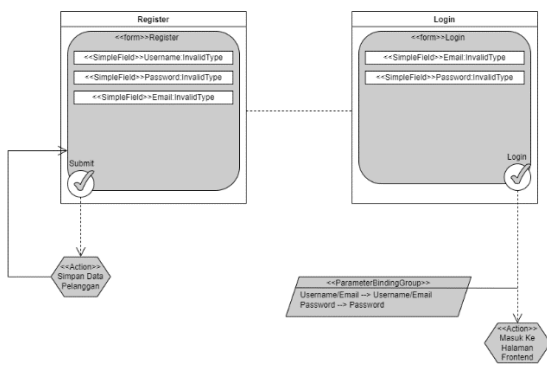
Gambar 8. Use Case Diagram Master Frontend



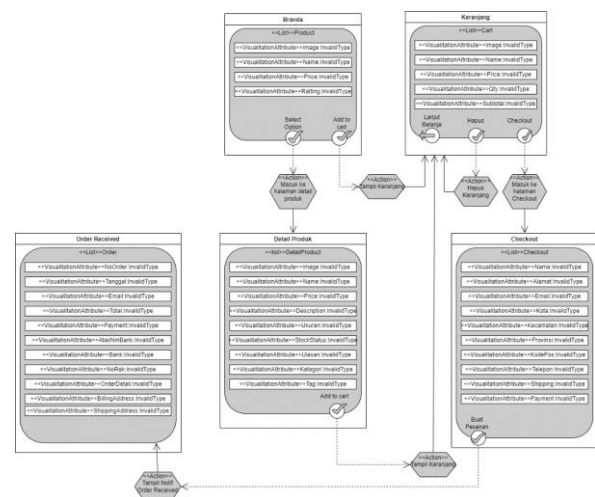
Gambar 9. Use Case Diagram Transaksi Frontend

3.6 Model Interaksi Pengguna dan Sistem Menggunakan Interaction Flow Modeling Language (IFML)

Berikut merupakan Interaksi Flow Modelling Language (IFML) pada Lazyy.



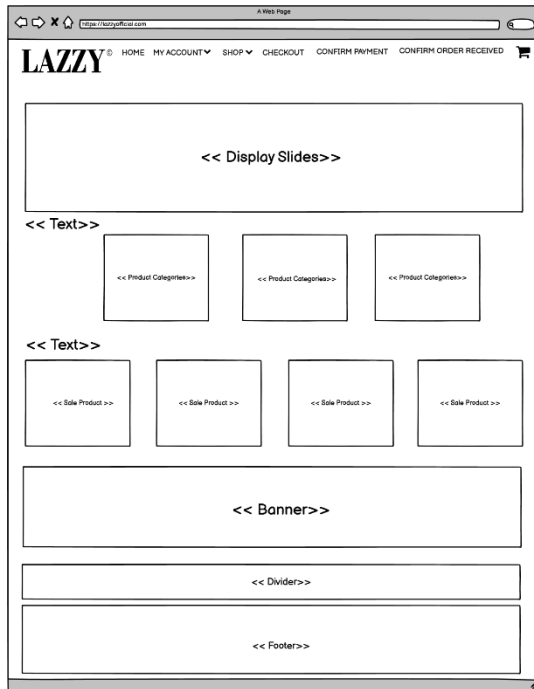
Gambar 10. IFML Registrasi dan Login Pelanggan



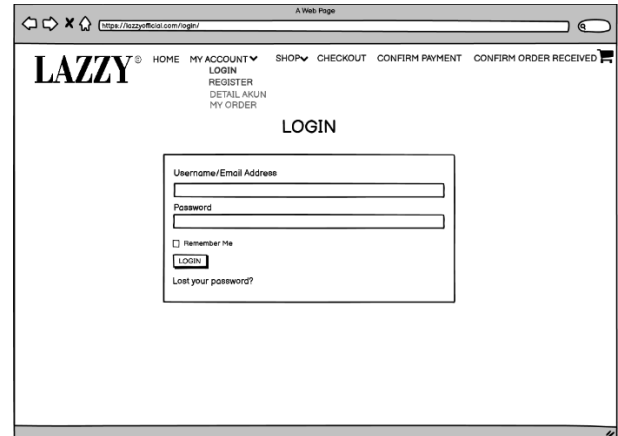
Gambar 11. IFML Pemesanan Produk

3.6. User Interface untuk sistem E-Commerce Pada Lazyy

Nurwidualnto Yuli Salputral dan Syifalun Nalfisalh (2020) mengungkapkan: “User interface adalah alat yang digunakan sebagai media komunikasi antara pengguna dengan sistem informasi. User interface adalah alat yang digunakan untuk menghubungkan pengguna dengan sistem informasi. User interface adalah alat yang digunakan untuk menghubungkan pengguna dengan sistem informasi. User interface adalah alat yang digunakan untuk menghubungkan pengguna dengan sistem informasi.”[10]. Gambar di atas merupakan tampilan layar awal sistem aplikasi e-commerce pada Lazyy.



Gambar 12. Rancangan Layar Homepage



Gambar 13. Rancangan Layar Login Pelanggan

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Dengan adanya *website e-commerce* yang telah dibangun pada Toko Lazy dapat memaksimalkan penjualan produk pada Toko Lazy, agar promosi tepat dan sesuai minat customer. Yaitu dengan memanfaatkan data informasi yang didapat dari penjualan untuk strategi kedepannya.
- Dengan adanya *website e-commerce* yang telah dibangun, dapat membantu *customer* untuk mengetahui secara langsung mengenai produk yang ada pada Toko Lazy dengan memberikan informasi mengenai harga maupun stok produk yang telah tersedia di dalam *website*.
- Dengan adanya *website e-commerce* ini, dapat membantu Toko Lazy management waktu dalam penanganan order, sehingga penanganan order dapat maksimal, cepat dan responsif bagi customer.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. D. Ummah, "Rancangan Bangun E-Commerce Pada Toko Kerudung Nuri Collection Berbasis Customer Relationship Management," vol. 12, no. 2, pp. 2614-5405, 2018, [Online] Available: <https://journall.uniku.ac.id/index.php/ilko>
- [2] I. Hendarsih, "Analisis Penerapan Strategi Business Model Canvas (BMC) Pada Jasa ZigZag Laserwork Semarang Jawa Tengah," vol. 6, no. 4, pp 152-167, 2021.
- [3] A. Noermansyah dan L. Suryadi, "Penerapan penjualan Berbasis E-commerce pada Jakarta Sneakers Sebagai Solusi Bisnis dalam Pandemi Covid-19 Menggunakan Business Model Canvas (BMC) daln Interaction Fow Model Language (IFML)," Proceeding Sendiud, ISBN: 978-979-3649-72-6, 2020.
- [4] G. Gata, Z. Bias, dan Yuliazmi, "Penjualan Daring (Online) Menggunakan E-Commerce Pada RoB'STaRS," vol. 4, no. 1, pp 63-72, 2021, Indonesia Journal Information System (IDEALIS).
- [5] M. Aseprudin dan G. Gata, "Penggunaan Content Management System Wordpress Pada Toko Redsoul Untuk Penerapan Alplikasi E-Commerce," vol. 3, no. 1, pp 322-327, 2020, Jurnal IDEALIS.
- [6] R. Dhamawan dan G. Gata, "Penerapan Aplikasi Penjualan Online (E-Commerce) Menggunakan Content Management System Wordpress Pada Toko Jaksquare," vol. 3, no. 1, pp 132-138, 2020, Jurnal IDEALIS.
- [7] A. G Budianto, "Analisis Penyebab Ketidaksesuaian Produksi Flute Pada Ruang Handatsuke Dengan Pendekatan Fishbone Diagram, Piramida Kualitas dan FMEA", vol. 04, no 01, pp 17-23, 2021, Jurnal JEOM.
- [8] D. Syifani dan A. Dores, "Aplikasi Sistem Rekam Medis di Puskesmas Kelurahan Gunung," vol. 9, no. 1, 2018, Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informatika dan Komputer.
- [9] R. Sunantro and D. Anubhakti, "Analisa dan Rancangan E-Commerce pada Toko Angsana," vol. 2, no. 2, 2019, Jurnal IDEALIS.
- [10] N. Y. Syaputra dan S. Nafisah, "Analisis Desain Sistem Informasi Terintegrasi dan User Interface pada Sistem Informasi Sekolah (SISKO) di Perpustakaan SMA Negeri 1 Yogyakarta," vol. 4, no. 1, 2020. Journal of Library and Information Science