

Penerapan *Business Model Canvas* pada *E-Commerce* Toko H5 Jayapura

¹Azwar Annas, ²Muhammad Taher Jufri, ³Jusmawati

^{1,2,3}Universitas Yapis Papua, Indonesia

¹annasazwar5@gmail.com; ²mtj.conoras@gmail.com; ³juzmawati.nr@gmail.com;

Article Info

Article history:

Received, 14-06-2021

Revised, 18-06-2021

Accepted, 25-06-2021

Kata Kunci:

e-commerce
business model canvas
toko h5
bisnis
fashion

Keywords:

e-commerce
business model canvas
toko h5
business
fashion

ABSTRAK

Toko H5 merupakan toko yang bergerak dibidang *fashion*. Sistem pada Toko H5 yang secara keseluruhan masih konvensional menjadi permasalahan pertama yang ditemukan. Masalah lain datang selama masa pandemi, omset yang menurun cukup signifikan diperkirakan mencapai 50% dibanding sebelum masa pandemi. Business Model Canvas (BMC) adalah suatu model strategi bisnis yang menggunakan sembilan blok penting. BMC digunakan oleh perusahaan dan startup untuk mendapatkan wawasan tentang analisis model bisnis mereka. Penelitian ini menyelesaikan permasalahan dengan analisis proses bisnis yang dilakukan dengan metode BMC untuk memberikan hasil penelitian berupa *e-commerce* sehingga model bisnis yang ada kemudian dapat diubah menjadi model bisnis berbasis *e-commerce* di web. Tujuannya yakni dengan adanya sistem ini dapat mengoptimalkan kinerja terutama peningkatan sektor penjualan produk sehingga dapat meningkatkan omset pada Toko H5, karyawan menjadi mudah melakukan pendataan stok dan laporan penjualan yang dilakukan menggunakan sistem, serta membantu pelanggan untuk berbelanja secara online melalui *E-Commerce*.

ABSTRACT

H5 store is a store engaged in fashion. The system in H5 store which is still conventional as a whole became the first problem found. Another problem came during the pandemic, turnover decreased significantly by 50% compared to before the pandemic. Business Model Canvas (BMC) is a business strategy model that uses nine important blocks. BMC is used by companies and startups to gain insights into the analysis of their business models. This research solves the problem with business process analysis conducted by BMC method to provide research results in the form of e-commerce so that existing business models can then be converted into e-commerce-based business models on the web. The goal is that with this system can optimize performance, especially the increase in the product sales sector so as to increase turnover in H5 Stores, employees become easy to do stock collection and sales reports conducted using the system, as well as help customers to shop online through E-Commerce.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Penulis Korespondensi:

Email:

1. PENDAHULUAN

Kemajuan di bidang bisnis saat ini e-commerce menjadi faktor yang meningkatkan dan memenangkan persaingan komersial dan penjualan produk. E-commerce adalah bentuk transaksi yang terkait erat dengan aktivitas komersial skala individu dan sistem berdasarkan pemrosesan dan transmisi data digital seperti teks, audio, dan gambar. Tolok ukur yang umum digunakan dalam e-commerce yakni aplikasi bisnis yang menggunakan media internet untuk melakukan transaksi online dalam pembelian produk atau jasa [1].

Dalam mengembangkan sebuah bisnis perlu dilakukannya analisa secara mendalam tentang kekuatan dan kekurangan bisnis yang akan dilakukan. Business Model Canvas (BMC) merupakan metodologi yang menyajikan sembilan blok utama untuk memberikan gambaran tentang strategi bisnis yang akan diterapkan. Pengembangan BMC digunakan untuk membantu pemilik dan pengusaha baru serta organisasi bisnis dalam memetakan dan menganalisis model bisnis yang akan diterapkan [2].

Toko H5 adalah sebuah Toko yang bergerak dibidang fashion. Produk-produk yang dijual berupa baju, celana, jaket, dress mulai dari anak-anak hingga dewasa dengan bekerja sama dengan supplier-supplier yang terpilih. Toko H5 mempunyai beberapa masalah baik yang terjadi sebelum pandemi, ataupun pada masa pandemi itu sendiri. Masalah yang ditemukan sebelum masa pandemi yakni sistem pada Toko H5 yang secara keseluruhan masih konvensional, seperti pendataan stok dan laporan penjualan oleh karyawan yang masih dilakukan secara manual pada buku, laporan penjualan memiliki fungsi sebagai salah satu acuan dasar yang dimiliki oleh Toko H5 untuk berbelanja kebutuhan produk dikemudian hari, hal ini sangat beresiko terjadinya kehilangan atau kerusakan data terkait penjualan tersebut ketika sistem yang diterapkan pada Toko H5 masih konvensional.

Masalah lain datang pada masa pandemi, omset yang menurun cukup signifikan diperkirakan mencapai 50% jika dibandingkan dengan sebelum masa pandemi. Penurunan ini berkaitan dengan anjuran untuk berada di rumah saja yang ditetapkan oleh pemerintah serta mematuhi protokol kesehatan yang ada, selain itu diberlakukannya pembatasan jam malam di masa pandemi hingga pukul 21.00 WIT tentunya mempengaruhi proses jual beli yang terjadi pada Toko H5. Pelanggan yang sebelumnya datang langsung ke toko sekarang beralih mencari alternatif lain yaitu dengan berbelanja secara online di marketplace ternama seperti Tokopedia, Shopee, dan lainnya.

Solusi yang dapat diberikan berdasarkan masalah yang ada berupa penerapan sebuah *E-Commerce* menggunakan pemodelan bisnis BMC untuk menganalisis proses bisnis yang sedang berlangsung dan bertujuan untuk mengubah model bisnis yang ada menjadi model bisnis *E-Commerce* berbasis situs web.. Tujuannya agar menghasilkan kinerja yang lebih optimal, *E-Commerce* yang ada nantinya dapat membantu Toko fisik yang tetap buka, yang menjadi pertimbangan yakni pelanggan dapat berbelanja secara langsung pada Toko fisik maupun melalui *E-Commerce* yang ada untuk mendapatkan kemudahan, sehingga Toko H5 mengalami peningkatan penjualan produk yang dapat meningkatkan omset pada Toko H5 itu sendiri, dan adanya *E-Commerce* juga memudahkan karyawan dalam melakukan pendataan stok dan laporan penjualan. Penelitian ini bertujuan yaitu sebagai berikut:

1. Membantu meningkatkan omset pada Toko H5 Jayapura.
2. Memudahkan pemilik toko mengelola Toko H5 berdasarkan laporan yang ada sebagai dasar pengambilan keputusan kedepannya.
3. Memudahkan dan mengoptimalkan kerja dari karyawan dalam melakukan pendataan dan ketersediaan stok barang, serta laporan penjualan.
4. Memudahkan pelanggan untuk berbelanja pada Toko H5 melalui *E-commerce*.

Beberapa penelitian terdahulu mempunyai pandangan berbeda dalam penelitiannya dan peneliti akan mengangkat beberapa penelitian tersebut sebagai referensi dalam menambah bahan kajian, yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Setiani dan Wibowo menghasilkan Website E-commerce yang dapat menyajikan beberapa laporan yang akan ditujukan kepada pemilik toko sebagai pertimbangan dalam hal perbaikan pelayanannya dan juga pengambilan keputusan [3].
2. Penelitian yang dilakukan oleh Widiani, Pudjiantoro, dan Hadian menghasilkan Situs web Cozy Distro yang memungkinkan pelanggan untuk memesan produk secara online dan mengirimkannya melalui kurir. Halaman beranda website Cozy Distro menampilkan penjualan produk, termasuk produk yang sedang diobral. [4].
3. Penelitian yang dilakukan oleh Fadillah dan Fajarita menghasilkan sebuah sistem yang akan memudahkan proses pemasaran produk. Metode pembayaran yang digunakan adalah payment gateway sehingga customer dimudahkan dalam transaksi pembelian furniture di King Akor's. [5].
4. Penelitian yang dilakukan oleh Saputra dan Widjaja menghasilkan sebuah sistem yang dapat memberikan tempat kepada supplier ataupun UMKM melakukan pemasaran produknya sehingga dapat dijual secara langsung kepada konsumen secara online [6].
5. Penelitian yang dilakukan oleh Raushan Fikri Tunny dan Aji menghasilkan sebuah *website* Sistem informasi penjualan sehingga proses transaksi pembelian produk yang dilakukan oleh pelanggan menjadi mudah dan cepat [7].
6. Penelitian yang dilakukan oleh Braun, Schöllhammer, dan Rosenkranz menghasilkan Template yang dikembangkan untuk pengembangan model bisnis sirkular dapat membantu menciptakan bentuk melingkar baru kolaborasi yang diaktifkan oleh ekosistem digital [8].
7. Penelitian yang dilakukan oleh Roma, Natalia, Aleksandra dan Ewa menghasilkan pengembangan konsep asli model bisnis e-platform untuk wisata berlayar. Konsep yang disajikan beralasan pada modifikasi Business Model Canvas (BMC) dalam hal struktur dan operasionalisasinya [9].
8. Penelitian yang dilakukan oleh Manuel dan Josef menghasilkan penggunaan VR untuk meningkatkan Model Bisnis di lingkungan industri 5.0 yang potensial. Pelanggan memainkan peran kunci dalam setiap model bisnis dan VR memiliki potensi untuk memperkuat retensi pelanggan [10].

9. Penelitian yang dilakukan oleh Dela dan Humisar menghasilkan Website yang memudahkan pemilik toko/manajer penjualan untuk memilih pesanan produk yang tepat untuk pelanggannya. Di website ini, Anda bisa dengan mudah mendapatkan kode kupon promosi yang ditawarkan oleh Brassica Florist [11].
10. Penelitian yang dilakukan oleh Taruna dan Grace menghasilkan e-commerce Mr. Bro untuk memfasilitasi perdagangan sepanjang waktu untuk pelanggan yang terdistribusi sudah bisa dibayar melalui transfer antar bank, sehingga mempercepat proses pencetakan laporan. Beberapa produk yang dijual oleh dapat terindeks oleh Google dengan implementasi SEO [12].
11. Penelitian yang dilakukan oleh Maulana dan Yuliazmi menghasilkan fitur SEO dan pemasaran dari sistem e-commerce Jeys Corner tidak hanya mempromosikan penjualan produk yang lebih besar, tetapi juga memperluas area yang mempromosikan pemasaran Internet dan iklan Google [13].
12. Penelitian yang dilakukan oleh Ari dan Samsinar menghasilkan situs e-commerce toko gentleman clothing yang dapat bersaing secara online dan meningkatkan penjualan [14].
13. Penelitian yang dilakukan oleh Lazuardi dan Samsinar menghasilkan Model bisnis yang dapat membantu mewujudkan jangkauan toko yang dibangun yang sebenarnya dibentuk dengan berdagang dengan sembilan elemen blok yang ada pada BMC dan ditampilkan pada BMC yang saling berhubungan [15].

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi, Peneliti mengamati langsung di toko H5 untuk mengetahui permasalahan yang ada pada lokasi tersebut. Toko H5 beralamat di Jl. Perdagangan No.2 Ampera, Jayapura Utara, Kota Jayapura, Papua. Peneliti mengamati berbagai proses mulai dari jual beli, cara karyawan melayani pelanggan, pencatatan stok dan laporan penjualan, dan sistem pembayaran yang diterapkan pada Toko H5.
2. *Interview*, Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa narasumber seperti Pemilik, Karyawan dan Pelanggan Toko H5 yang menghasilkan informasi sebagai berikut:
 - a. Proses jual beli, hingga masalah yang terjadi pada Toko H5
 - b. Masalah yang dihadapi karyawan dengan sistem yang masih konvensional
 - c. Pandangan pelanggan mengenai Toko H5, kebiasaan berbelanja pelanggan, hingga harapan pelanggan untuk Toko H5 kedepannya
3. Studi Pustaka, Peneliti menggunakan jurnal ilmiah baik internasional maupun nasional, dan juga buku yang didapatkan melalui internet maupun koleksi pribadi

2.2 Metode Analisis

Model bisnis (BMC) menggambarkan strategi bisnis yang berfokus pada operasi utama (*key activity*), mitra utama (*key partners*), aliran pendapatan (*revenue stream*), proposisi nilai (*value proposition*), hubungan pelanggan (*customer relationship*), segmen basis pelanggan (*customer segments*), struktur biaya (*cost structure*), elemen kunci dari bisnis utama (*key resources*), Sumber daya saluran (*channels*). BMC digunakan oleh startup dan organisasi bisnis untuk mendapatkan gambaran lengkap dalam menganalisis model bisnis mereka.

2.3 Metode Perancangan

UML (*Unified Modeling Language*) adalah metode desain yang digunakan dalam penelitian ini. Model UML yang digunakan adalah *class diagram*, *use case diagram*, *sequence diagram*, dan *activity diagram*. UML dinilai tepat karena menggunakan perancangan berbasis objek sehingga dapat menggambarkan alur sistem dengan jelas, spesifik dan mudah dipahami.

2.4 Metode Pengembangan

Prototyping adalah metode pengembangan yang digunakan dalam penelitian ini, dimana pengumpulan kebutuhan sistem adalah proses pertama, *prototyping* dan evaluasi pengguna sistem adalah proses selanjutnya, dan akhirnya sistem dibuat mempertimbangkan kebutuhan pengguna.

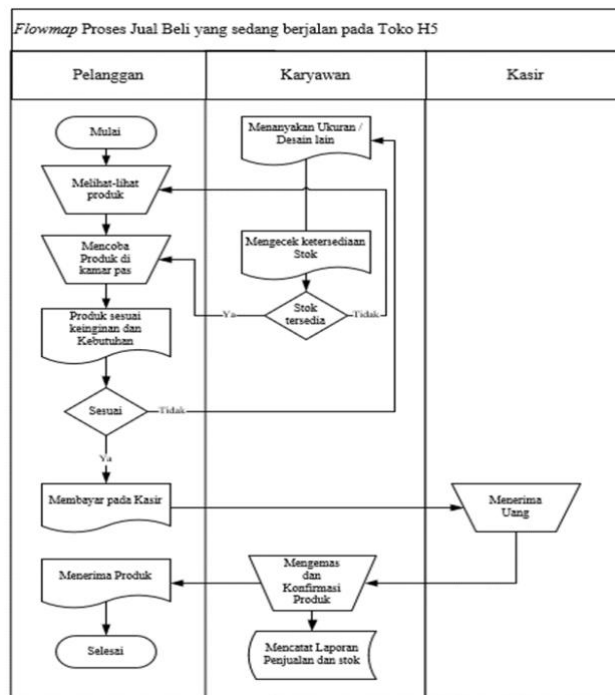
2.5 Metode Pengujian

Pengujian *black-box* adalah metode pengujian yang digunakan dalam penelitian ini. Pada *black box testing* berfokus pada fungsionalitas dan *output system* (sistem keluaran). *Black box testing* memperhatikan detail sistem, fungsi pada sistem, dan alur pada sistem yang dibuat.

3. HASIL DAN ANALISIS

3.1 Analisis Sistem Berjalan

Di bawah ini adalah *flowmap* proses jual beli yang berjalan di toko H5, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Flowmap Proses Jual Beli yang berjalan

Adapun tahapan yang dilakukan dalam proses jual beli sebagai berikut:

1. Pelanggan melihat-lihat produk.
2. Pelanggan mencoba produk di kamar pas.
3. Apabila produk sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan maka proses berlanjut pada pembayaran di kasir.
4. Apabila produk tidak sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan maka pelanggan menanyakan karyawan untuk desain/ukuran yang lain.
5. Karyawan mengecek ketersediaan stok apabila tersedia maka produk tersebut diberikan kepada pelanggan untuk dicoba di kamar pas.
6. Apabila stok kosong maka karyawan akan memberitahukan kepada pelanggan dan pelanggan melihat produk serupa lainnya yang tersedia.
7. Proses selanjutnya terjadi setelah pelanggan membayar produk pada kasir yaitu kasir menerima uang dan karyawan melakukan pengemasan produk dan konfirmasi produk yang telah dibayarkan.
8. Pelanggan menerima produk dan proses terakhir adalah pencatatan laporan penjualan dan stok yang dilakukan oleh karyawan.

3.2. Usulan Pemecahan Masalah

3.2.1. Current Business Model Canvas

1. Customer Segments

Basis segmen pelanggan yang menjadi target Toko H5 adalah jenis *segmented*, secara khusus mengelompokkan pelanggan berdasarkan jenis kelamin (laki-laki dan perempuan), usia (anak-anak hingga dewasa) dan kebutuhan masing-masing pelanggan.

2. Value Propositions

Nilai yang dibawa Toko H5 tidak hanya keuntungan, tetapi kualitas, tren terbaru, layanan, dan hubungan pelanggan yang baik adalah inti dari Toko H5. Beberapa unsur yang termasuk dalam *value propositions* antara lain:

a. Newness

Kebaruan yang dilakukan adalah rencana untuk menambah pakaian berdasarkan *trend* terkini di masyarakat contohnya pakaian *tie dye*, dan baju bertemakan *game*.

b. Performance

Kinerja karyawan sudah sangat baik pada saat melayani pelanggan dengan menanyakan kebutuhan pelanggan tersebut, dan membantu menyarikan stok produk yang dibutuhkan oleh pelanggan, namun karyawan lumayan kesulitan pada saat melakukan pencatatan stok dan laporan penjualan dikarenakan masih manual pada buku, saat kondisi sedang ramai tentunya

karyawan agak sulit mencatat laporan penjualan dan stok tersebut hingga sering terjadinya kesalahan perhitungan laporan penjualan dan stok. Kinerja produk bisa dilihat dari kualitas dan harga yang diberikan oleh Toko H5 sudah sangat bagus serta memiliki harga yang terjangkau oleh pelanggan tentunya.

c. Customization

Pelanggan dapat memberikan saran produk dengan model yang sesuai dengan keinginannya yang nantinya akan dikabari oleh pemilik apabila produk tersebut telah tersedia.

d. Getting the job done

Pelanggan Toko H5 dapat meminta beberapa model produk populer saat ini namun lebih terjangkau dari segi harga serta kualitas yang lebih baik atau kurang lebih sama sebagai ganti pemesanan dan pembuatan sendiri yang dilakukan oleh pelanggan. Pelanggan memilih menunjukkan model aslinya dan meminta produk dengan model yang sama tetapi terjangkau dari segi harga.

e. Design

Pelanggan menyukai keindahan dan *branding* dari desain produk toko H5. Kelas menengah lebih memilih produk karena alasan estetika.

f. Brand

Beberapa produk dijual dengan merek, dan beberapa tidak dijual dengan merek. Sebagian besar merek mapan seperti Adidas sudah dikenal sebagian pelanggan. Merek Toko H5 dikenal dengan toko pakaian yang relatif terjangkau dan berkualitas.

g. Price

Harganya berkisar antara 20.000 hingga 250.000 rupiah, dan tentunya harga yang ditawarkan oleh toko H5 ini relatif murah dan kualitas yang ditawarkan juga bagus.

h. Risk reduction

Pembeli terlebih dahulu diminta untuk mengecek produk sebelum membayar. Jika produk yang dibeli cacat atau rusak dalam beberapa jam setelah pembelian, toko akan menjamin produk yang dijualnya selama tidak ada yang bisa dilakukan mengenai kondisi barang tersebut. Misalnya, jika ada produk yang cacat atau rusak, toko H5 akan mengganti produk tersebut dengan yang baru. Jika pelanggan tidak mengatakan apa-apa, maka tidak ada masalah dengan produk. Oleh karena itu, setelah beberapa jam, jika Anda tiba-tiba melaporkan "cacat", Anda tidak dapat mengembalikannya kecuali Anda mengklaimnya pada hari yang sama.

i. Accessibility

Karena perbedaan ekonomi individu, tidak semua orang mampu membeli produk yang dijual Toko H5, dan pelanggan menganggap ini didasarkan pada persepsi harga masing-masing individu. Namun, siapa pun dapat mengakses toko ini.

j. Usability

Produk yang dijual adalah baju, celana, jaket, dress, dan lainnya yang bisa dipakai langsung, dan sangat mudah digunakan secara keseluruhan.

3. Channels

Tabel 1. *Channels* yang digunakan Toko H5

Fase	Jenis saluran	
	Direct /langsung	Indirect/ tidak langsung
<i>Awareness</i> (penyampaian informasi)	Karyawan / Pemilik Toko	Rekomendasi dari pihak lain di luar Toko H5
<i>Evaluations</i> (penyampaian informasi apabila kurang jelas)	-	Telepon / <i>whatsapp</i>
<i>Purchase</i> (pembayaran oleh konsumen)	<i>Cash</i>	-
<i>Delivery</i> (pengiriman ke konsumen)	<i>Cash On Delivery</i>	Transfer Bank / ATM
<i>Aftersales</i> (penyampaian tanggapan)	-	Telepon / <i>whatsapp</i>

4. Costumer Relationships

Selalu berusaha untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggannya adalah hal utama yang dilakukan Toko H5. Selain itu, jenis hubungan pelanggan yang berlaku untuk toko H5 dapat dikatakan sebagai dukungan pribadi seperti *personal assistance* (di mana pelanggan berinteraksi langsung dengan karyawan, dan pemilik) serta *dedicated personal assistance* (pelayanan secara langsung oleh pemilik Toko).

5. Revenue Streams

Toko H5 menghasilkan uang dari menjual produk mereka. Penetapan harga yang digunakan yakni harga tetap (*fixed menu pricing*), yaitu harga yang diberikan sesuai dengan kualitas. Harga tetap, tetapi Toko H5 masih menawarkan opsi untuk memungkinkan pelanggan menawar produk tersebut.

6. Key Resources

Sumber daya kritis yang dimiliki Toko H5 yakni *physical* (peralatan fisik, yaitu gedung lantai satu, rak besi, ruang loker dan CCTV), *intellectual (brand and partnership)*, *human* (karyawan), dan *financial* (uang tunai).

7. Key Activities

Aktivitas kunci adalah langkah terpenting yang dibutuhkan bisnis untuk berhasil. Toko H5 tidak melakukan pekerjaan manufaktur, hanya mendistribusikan ke pelanggan. Kegiatan toko H5 adalah memesan produk dari *supplier*, menunggu kiriman, menerima kiriman, menyimpan, mempersiapkan penjualan, memajang dan menjual produk baru. Selain itu melakukan promosi pada produk dengan memberikan diskon khusus semisal pada hari-hari besar nasional.

8. Key Partnerships

Potensi yang terlihat pada sisi *partner* yakni dengan adanya *supplier* dan *customer* tentunya membantu pemilik dalam mencapai tujuannya. Tidak hanya itu, *partner* yang dimiliki sekarang dapat mempertahankan hubungan dalam jangka panjang.

9. Cost Structure

Penyeimbangan *cost driven* dan *value driven* yang dilakukan oleh Toko H5. 4 *cost structure* pada Toko H5 yaitu *variable costs* (barang yang dijual, buku penjualan harian dan stok), *economies of scale* (pada saat tertentu di mana penjualan harian tergolong ramai, maka biaya operasional yang dikeluarkan akan cenderung menurun), *fixed costs* (biaya gaji karyawan, biaya peralatan untuk dekorasi toko), serta *economies of scope* (berbagai produk yang digabung menjadi dagangan pada 1 toko di mana hal ini menyebabkan *scope* lebih besar sehingga biaya yang seharusnya digunakan untuk membuka 2 toko menjadi turun).

Tabel 2. Current Business Model Canvas

Key Partnerships	Key Resources	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
Supplier Pelanggan rekan kerja.	a. Fasilitas fisik : bangunan lantai 1, gantungan besi, Kamar Pas, dan cctv b. <i>Intellectual</i> : merek dan <i>partnerships</i> c. <i>Human</i> : karyawan d. <i>Financial</i> : uang tunai.	Newness, performance, customization, getting the job done, design, brand, price, risk reduction, accessibility dan usability.	Personal assistance, dan dedicated personal assistance	Segmented market
	Key Activities a. Promosi pada hari besar b. Melakukan distribusi dan perdagangan		Channels a. <i>Direct</i> (channels sendiri) dan <i>indirect</i> (partner channels) b. Fase <i>channels</i> : awareness, evaluation, purchase, delivery dan after sales	
	Cost Structure a. <i>Cost driven</i> dan <i>value driven</i> b. <i>Fixed costs</i> (biaya gaji karyawan, biaya peralatan untuk dekorasi toko), <i>variable costs</i> (barang yang dijual, buku penjualan harian dan stok), <i>economies of scale</i> serta <i>economies of scope</i> .		Revenue Streams Sumber : penjualan produk	

3.2.2. *Future Business Model Canvas*

Berdasarkan pembahasan kerangka model bisnis toko H5 saat ini (*current business model canvas*), peneliti ingin merekomendasikan kerangka model bisnis masa depan (*future business model canvas*) yang mungkin berguna untuk toko H5, antara lain:

1. *Customer Segments*

Toko H5 menciptakan *e-commerce* untuk mengembangkan *customer segments* untuk pasar yang beragam (*diversified*).

2. *Value Propositions*

Toko H5 meningkatkan proposisi nilai yang ada dengan memungkinkan pelanggan untuk merancang produk dengan sampel yang diminta sebelumnya, dan Toko H5 juga dapat membuat merek mereka sendiri.

3. *Channels*

Toko H5 dapat memperluas jangkauan mereka dengan Meningkatkan efisiensi kerja karyawan yang antusias menarik pelanggan untuk datang ke toko. Pendekatan tidak langsung dapat dikembangkan oleh toko H5 menggunakan *e-commerce* dan bekerja sama dengan layanan pengiriman seperti JNE, POS Indonesia dan J&T untuk pengiriman produk diluar kota jayapura sehingga dapat memperluas pasar ke seluruh indonesia dan juga layanan Grab, Go-Jek, maupun jasa kurir lainnya untuk pengiriman di Kota Jayapura.

4. *Customer Relationships*

Berdasarkan faktor ini, Toko H5 dapat terus melanjutkan *customer relationships*nya namun mengembangkan kategori *customer relationships* yang ada menjadi *self service* (dengan menggunakan *E-Commerce*).

5. *Revenue Streams*

Melakukan pembukaan cabang dengan memperhatikan lokasi yang strategis dan tempat penyewaan yang tergolong murah untuk menambah pemasukan Toko H5.

6. *Key Resources*

Sumber daya utama yang dapat dikembangkan Toko H5 antara lain penyediaan fasilitas fisik berupa mobil *box*, pengembangan karyawan, serta menyediakan teknologi untuk ponsel dan komputer pribadi melalui Internet, hal lain yang tak kalah pentingnya yaitu memperbaiki sistem pembayaran pada toko dengan menyediakan mesin *Electronic Data Capture* (EDC) sehingga pelanggan yang tidak memiliki uang *cash* dapat membayar menggunakan kartu ATM.

7. *Key Activities*

Kegiatan yang dilakukan Toko H5 meliputi pembentukan segmen pelanggan baru, rencana pengembangan konsep untuk diimplementasikan, mengadakan sesi pengarahan (*briefing*) seminggu sekali, dan stimulasi peningkatan karyawan (*training*).

8. *Key Partnerships*

Dari sudut pandang pelanggan, Toko H5 perlu menawarkan diskon dan kartu keanggotaan kepada pelanggan, terutama yang merupakan reseller atau grosir, untuk memberi mereka nuansa yang lebih mewah. Secara finansial, toko H5 harus terus menggunakan uang *cash* hasil penjualan di toko fisik.

9. *Cost Structure*

Cost driven dan *value driven* tetap menjadi fokus utama, dan juga pengurangan *fixed costs* dirasa perlu yaitu biaya peralatan untuk dekorasi toko yang tidak dibutuhkan.

Tabel 3. *Future Business Model Canvas*

Key Partnership	Key Resources	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
Supplier, Pelanggan, dan rekan kerja.	a. Fasilitas fisik : bangunan lantai 1, gantungan besi, Kamar Pas, cctv, dan mobil box b. <i>Intellectual</i> : merek dan <i>partnerships</i> c. <i>Human</i> : karyawan d. <i>Financial</i> : uang tunai. e. Sistem pembayaran: Menyediakan mesin EDC f. Teknologi: Internet dan Komputer	a. <i>Newness, performance, customization, getting the job done, design, brand, price, risk reduction, accessibility dan usability.</i> b. <i>Design</i> produk dari model yang telah direquest c. Toko H5 dapat membuat <i>brandnya</i> sendiri	a. <i>Personal assistance</i> , dan <i>dedicated personal assistance</i> b. <i>self service</i> (dengan sistem <i>online</i> menggunakan <i>E-Commerce</i>)	Segmented market, Customer segments yang baru : para pengguna <i>E-Commerce</i>
	Key Activities		Channels	
	a. Promosi pada hari besar b. Melakukan distribusi dan perdagangan c. Pengembangan SDM: <i>Briefing</i> dan <i>Training</i>		a. <i>Direct</i> (<i>channels</i> sendiri) dan <i>indirect</i> (<i>partner channels</i>) b. Fase <i>channels</i> : <i>awareness, evaluation, purchase, delivery</i> dan <i>after sales</i> c. Jasa Pengiriman dalam dan luar kota: JNE, POS Indonesia, J&T Grab serta Gojek	
Cost Structure	a. <i>Cost driven</i> dan <i>value driven</i> b. <i>Fixed costs</i> (biaya gaji karyawan, biaya peralatan untuk dekorasi toko), <i>variable costs</i> (barang yang dijual, buku penjualan harian dan stok), <i>economies of scale</i> serta <i>economies of scope.</i>		Revenue Streams	a. Sumber : penjualan produk b. pembukaan cabang dari Toko H5

3.2.3 Analisis Kebutuhan Fungsional

E-commerce ini digunakan oleh tiga jenis pengguna: pelanggan, admin, dan pemilik toko. *E-commerce* didasarkan pada asumsi bahwa pengguna terbiasa menggunakan sistem berbasis web. Pengguna yang di asumsikan adalah sebagai berikut:

1. Admin.

, termasuk tampilan dasbor, manajemen data katalog, manajemen data transaksi *offline*, manajemen data transaksi *online*, manajemen data keuangan, manajemen data pemasaran, manajemen data pengguna, manajemen data mitra, manajemen desain situs web Toko H5, manajemen data pesan dan kontak, manajemen data *costumer service*, manajemen data widget, manajemen data *news/blog*, manajemen halaman data, manajemen data, sistem penempatan kode, tampilan dokumen. melihat *dashboard*, mengelola katalog, mengelola transaksi *offline*, mengelola pembelian *online*, manajemen keuangan, manajemen *marketing*, manajemen *user*, manajemen *partner*, mengelola *design website* toko h5, mengelola data kontak dan pesan, mengelola data *customer service*, manajemen *widget*, manajemen *news/blog*, manajemen informasi *pages*, manajemen *system*, setting cod, melihat dokumentasi sistem.

2. Pelanggan.

Melakukan registrasi, mendapat informasi Toko H5, mendapat diskon dan voucher, cek resi, konfirmasi pembayaran, memberikan ulasan produk, retur produk, melakukan pembelian, menjadi *member/reseller*.

3. Pemilik.

Melihat *dashboard*, dan memantau proses penjualan yang dilakukan *admin*.

3.2.4 Analisis Kebutuhan Non Fungsional

Persyaratan non-fungsional meliputi :

1. Perangkat lunak yang di gunakan
 - a. Windows 10 Home Single Language
 - b. Adobe Dreamweaver 2020
 - c. Microsoft Visio 2019
 - d. *Browser* Microsoft Edge atau Google Chrome
 - e. Xampp
 - f. *Hosting* dan *Domain Website*
2. Perangkat keras yang di gunakan
 - a. Laptop ACER
 - b. RAM 8GB

- c. Hardisk 1 TB
- d. Printer Epson L360
- 3. *User* meliputi admin, pemilik, dan pelanggan
- 4. Jaringan Internet
- 5. Basis data dan sistem aplikasi yang aman dengan kata *password*
- 6. Aplikasi yang mudah digunakan

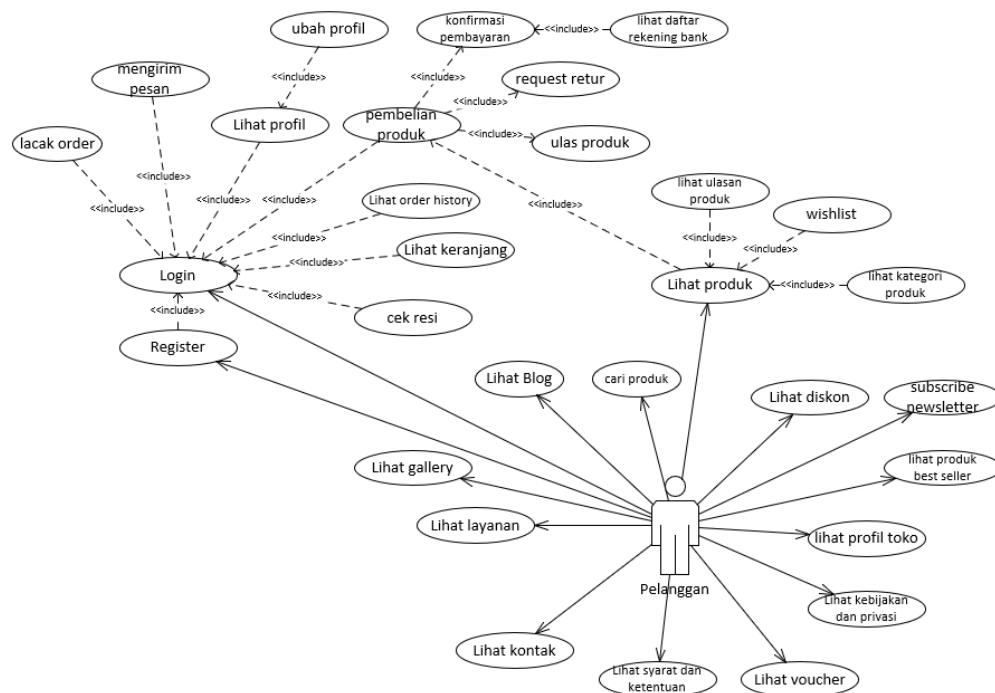
3.3 Perancangan Sistem

Perancangan sistem yang memberikan definisi bentuk dan proses perangkat lunak akan dilakukan sehingga hasil analisis yang ditetapkan dalam perancangan program akan selesai.

3.3.1 Use case Diagram

use case dalam penelitian ini, meliputi *use case* pelanggan, *use case admin* dan pemilik toko.

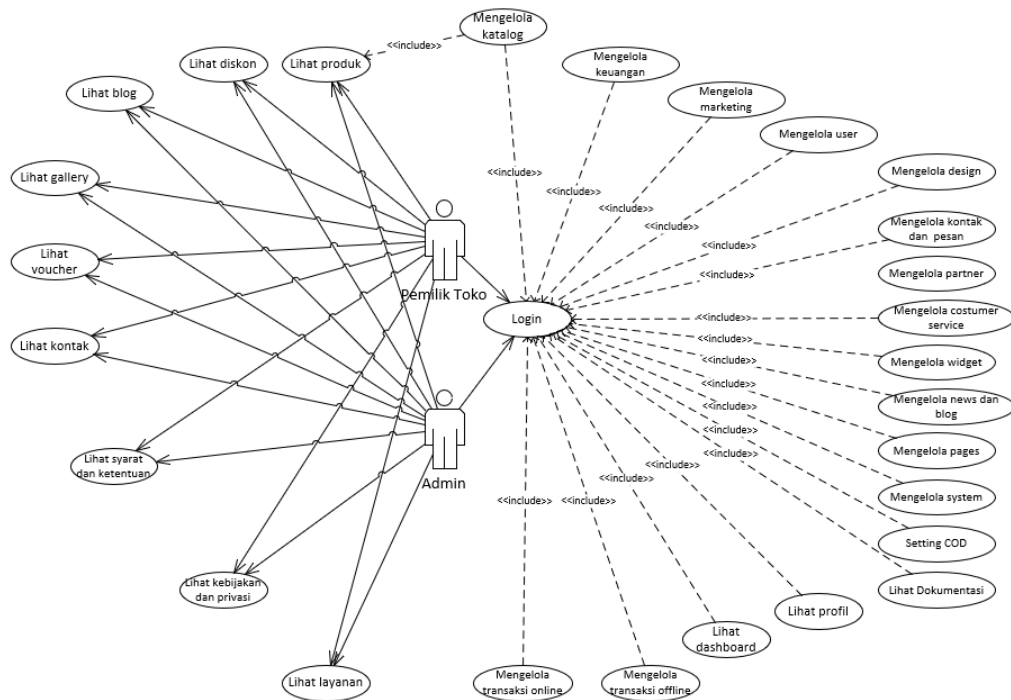
1. Use case Pelanggan



Gambar 2 Use case Pelanggan

Berdasarkan Gambar 2 menjelaskan *use case* pelanggan, Hak akses dari pelanggan pada *E-Commerce* ini yaitu Aktor pelanggan dapat melakukan aktivitas lihat produk, lihat ulasan produk, lihat kategori produk, lihat diskon, *subscribe newsletter*, lihat produk *best seller*, lihat profil toko, lihat kebijakan dan privasi, lihat voucher, lihat syarat dan ketentuan, lihat kontak, lihat layanan, lihat *gallery*, lihat *blog*, dan cari produk. Untuk aktivitas lainnya pelanggan diharuskan melakukan *login* terlebih dahulu apabila sudah mempunyai akun, jika belum pelanggan dapat melakukan registrasi terlebih dahulu. Setelah melakukan *login* pelanggan dapat melakukan aktivitas lacak *order*, mengirim pesan, lihat profil, ubah profil, pembelian produk, konfirmasi pembayaran, lihat daftar rekening bank, *request retur*, ulas produk, lihat *order history*, lihat keranjang, dan cek resi. Fungsi utama dari aktor Pelanggan pada *E-Commerce* ini yaitu melakukan pembelian produk.

2. Use case Admin dan Pemilik Toko



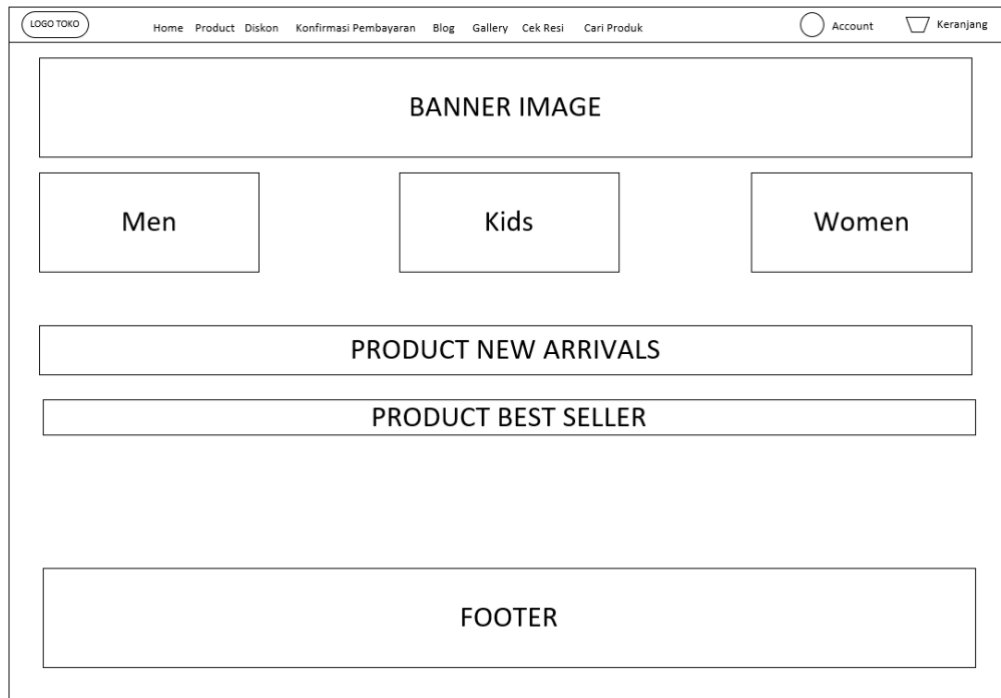
Gambar 3 Use case Admin dan Pemilik Toko

Gambar 3 menjabarkan *use case admin* dan pemilik toko, Hak akses dari *admin* dan pemilik toko pada *E-Commerce* ini yaitu Aktor *admin* dan pemilik toko dapat melakukan aktivitas lihat produk, lihat diskon, lihat *blog*, lihat *gallery*, lihat voucher, lihat kontak, lihat kebijakan dan privasi, lihat syarat dan ketentuan, lihat layanan. Untuk aktivitas lainnya *admin* dan pemilik toko diharuskan melakukan *login* terlebih dahulu, Setelah melakukan *login admin* dan pemilik toko dapat melakukan aktivitas mengelola katalog, mengelola keuangan, mengelola *marketing*, mengelola *user*, mengelola *design*, mengelola kontak dan pesan, mengelola *partner*, mengelola *customer service*, mengelola *widget*, mengelola *news* dan *blog*, mengelola *pages*, mengelola *system*, *Setting COD*, lihat dokumentasi, lihat profil, lihat *dashboard*, mengelola transaksi *offline*, dan mengelola transaksi *online*. Fungsi dari aktor *admin* pada *E-Commerce* ini yaitu melakukan pengelolaan data yang sudah tersebut diatas, sedangkan untuk pemilik toko lebih melakukan pengawasan terhadap penjualan dan data yang dikelola *admin* pada *E-Commerce* ini.

3.4 Desain Antarmuka

Desain antarmuka penerapan *Business Model Canvas* pada *E-Commerce* Toko H5 Jayapura, sebagai berikut:

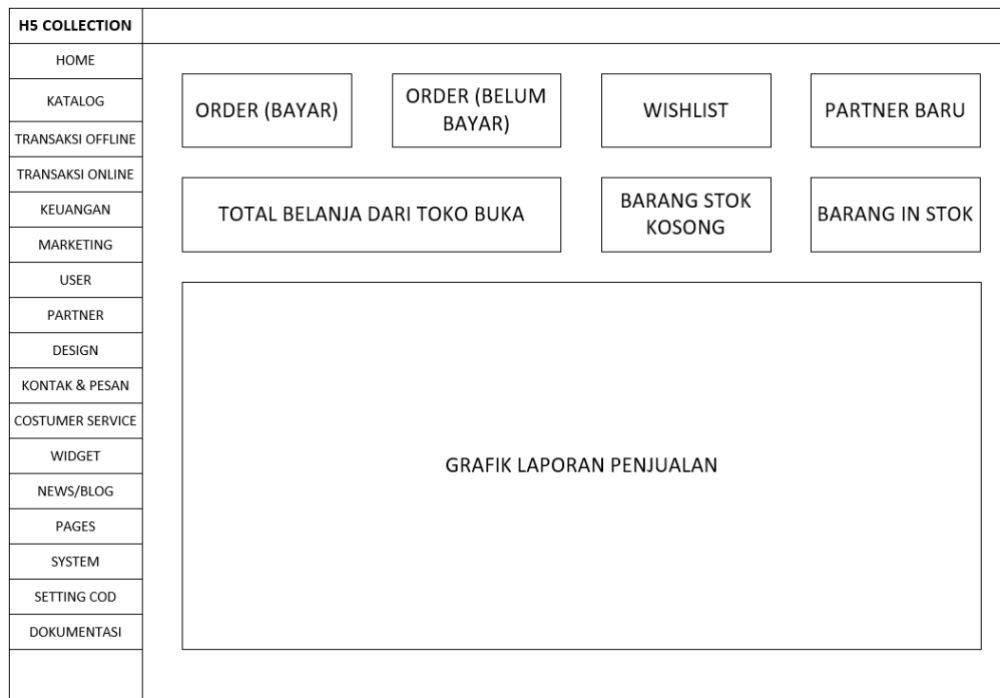
3.4.1 Desain Halaman Beranda



Gambar 4 Desain Halaman Beranda

Berdasarkan Gambar 4, halaman ini akan pertama kali ditampilkan saat anda mengunjungi *website E-Commerce Toko H5 Jayapura*.

3.4.2 Desain Halaman *Dashboard*



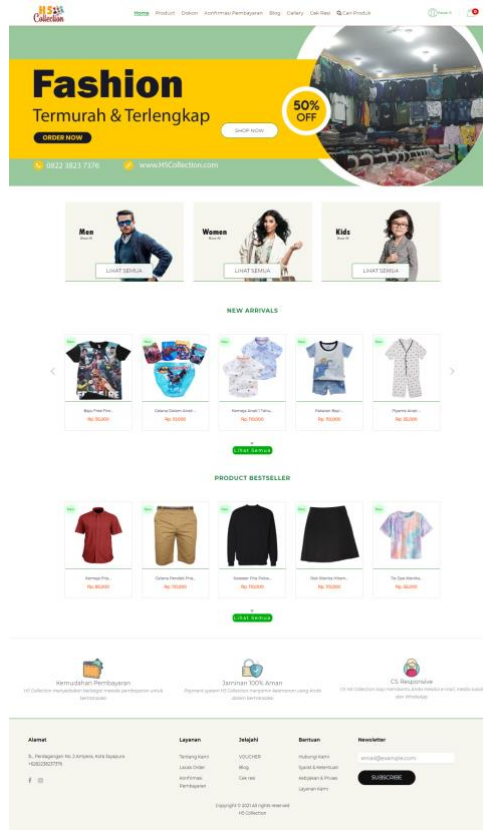
Gambar 5 Desain Halaman *Dashboard*

Sesuai Gambar 5, setelah berhasil *login* oleh admin/pemilik toko maka akan muncul halaman *dashboard*.

3.5 Implementasi Antarmuka

Implementasi antarmuka penerapan *Business Model Canvas* pada *E-Commerce* Toko H5 Jayapura, sebagai berikut:

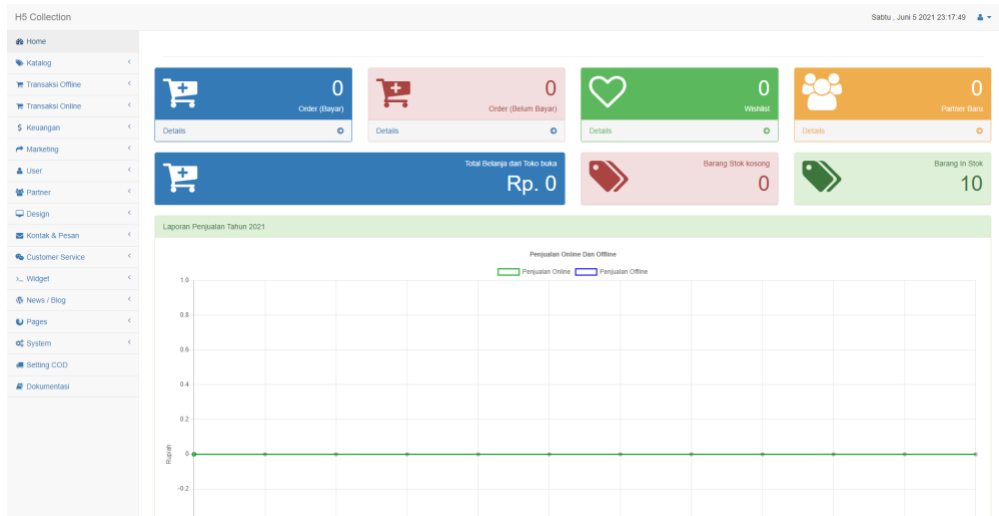
3.5.1 Halaman Beranda



Gambar 6 Halaman Beranda

Berdasarkan Gambar 6, halaman ini muncul pertama kali saat mengunjungi situs *E-Commerce* Toko H5 Jayapura. dan akan menampilkan *banner image*, kategori pakaian, *product new arrivals*, *product best seller*, dan *footer*. Di halaman ini terdapat beberapa menu, yaitu *home*, *product*, diskon, konfirmasi pembayaran, *blog*, *gallery*, cek resi, cari produk, lihat profil dan lihat keranjang pada *header*, dan menu alamat, layanan, jelajahi, bantuan, dan *newsletter* pada *footer*.

3.5.2 Halaman Dashboard



Gambar 7 Halaman Dashboard

Berdasarkan Gambar 7 menjelaskan halaman *dashboard* ditampilkan ketika *admin/pemilik toko* berhasil *login*. Di halaman ini terdapat beberapa menu, yaitu *home*, katalog, transaksi *offline*, transaksi *online*, keuangan, *marketing*, *user*, *partner*, *design*, kontak & pesan, *costumer service*, *widget*, *news/blog*, *pages*, *system*, *setting COD*, dan dokumentasi.

3.6 Hasil Penerapan

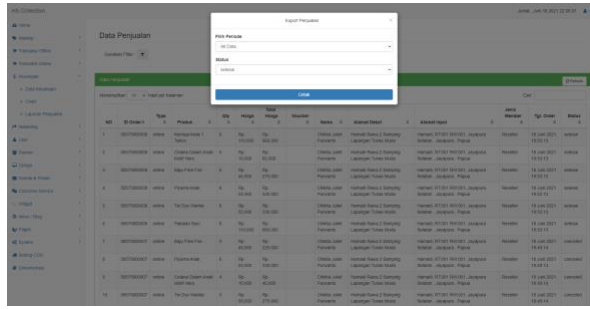
Hasil Penerapan *Business Model Canvas* pada *E-Commerce Toko H5 Jayapura*, sebagai berikut:

3.6.1 Omset

The handwritten report lists daily sales for two dates. For 1-4-2021, items include Celana Nike, Baju kaos, Celana Nike, and others, totaling 6,000,000. For 2-4-2021, items include Baju kaos, Celana Nike, and others, totaling 3,800,000.

Gambar 8 Omset Penjualan sistem konvensional pada masa pandemi

Berdasarkan Gambar 8 menjelaskan laporan penjualan harian pada Toko H5 di masa pandemi yang rata-rata pendapatannya perhari mencapai 2-3 juta rupiah.



Data Penjualan
Periode : dari awal s/d tanggal: 18 Juni 2021
HS Collection
Jl. Perdagangan No. 2 Ampara, Kota Jayapura

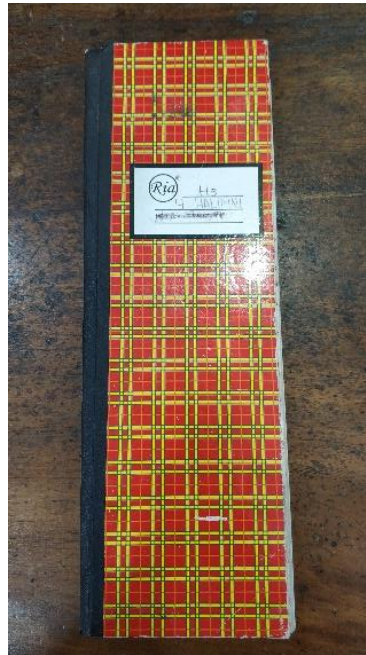
NO	ID Order	Type	Produk	Qty	Harga	Total Harga	Voucher	Nama	Alamat Detail	Alamat Input	Jenis Member	Tgl. Order	Status
1	18577800001	online	Pakaian Babi	1	Rp. 150.000	Rp. 150.000		Rohan Nugraha	Jalan Ahmad Yani No. 77	Korabesi, RT 001 RW 001, Jayapura Utara, Jayapura, Papua	Member	18 Juni 2021 17:26:08	terselesa
2	18577800002	online	Baju Bala Pria	1	Rp. 55.000	Rp. 145.000		Rohan Nugraha	Jalan Ahmad Yani No. 77	Korabesi, RT 001 RW 001, Jayapura Utara, Jayapura, Papua	Member	18 Juni 2021 17:26:08	terselesa
3	18577800003	online	Tie Dye Wanita	1	Rp. 55.000	Rp. 55.000		Rohan Nugraha	Jalan Ahmad Yani No. 77	Korabesi, RT 001 RW 001, Jayapura Utara, Jayapura, Papua	Member	18 Juni 2021 17:26:08	terselesa
4	18577800004	online	Jaket Jeans Wanita	2	Rp. 200.000	Rp. 400.000		Rohan Nugraha	Jalan Ahmad Yani No. 77	Korabesi, RT 001 RW 001, Jayapura Utara, Jayapura, Papua	Member	18 Juni 2021 17:26:08	terselesa
5	18577800001	online	Pirama Anak	1	Rp. 55.000	Rp. 55.000		Rohan Nugraha	Jalan Ahmad Yani No. 77	Korabesi, RT 001 RW 001, Jayapura Utara, Jayapura, Papua	Member	18 Juni 2021 17:26:08	terselesa
6	18577800004	online	Kemeja Anak 1 Tahun	5	Rp. 110.000	Rp. 550.000		Lin Sonia	Dok 8 Barabeh dekat masjid samping jalan	Simbi, RT 001 RW 001, Jayapura Utara, Jayapura, Papua	Member	18 Juni 2021 17:35:28	terselesa
7	18577800004	online	Reak Wanita Hitam	2	Rp. 110.000	Rp. 220.000		Lin Sonia	Dok 8 Barabeh dekat masjid samping jalan	Simbi, RT 001 RW 001, Jayapura Utara, Jayapura, Papua	Member	18 Juni 2021 17:35:28	terselesa
8	18577800004	online	Baju Wanita	2	Rp. 110.000	Rp. 220.000		Lin Sonia	Dok 8 Barabeh dekat masjid samping jalan	Simbi, RT 001 RW 001, Jayapura Utara, Jayapura, Papua	Member	18 Juni 2021 17:35:28	terselesa
9	18577800005	online	Jaket Jeans Wanita	1	Rp. 200.000	Rp. 200.000		Purmatina Wigianti	Klondong	Korabesi, RT 001 RW 001, Jayapura Utara, Jayapura, Papua	Member	18 Juni 2021 19:26:36	terselesa
10	18577800005	online	Short Pants Wanita	3	Rp. 185.000	Rp. 555.000		Purmatina Wigianti	Klondong	Korabesi, RT 001 RW 001, Jayapura Utara, Jayapura, Papua	Member	18 Juni 2021 19:26:36	terselesa
11	18577800005	online	Baju Free Size	4	Rp. 45.000	Rp. 180.000		Purmatina Wigianti	Klondong	Korabesi, RT 001 RW 001, Jayapura Utara, Jayapura, Papua	Member	18 Juni 2021 19:26:36	terselesa
12	18577800006	online	Baju Bala Pria	4	Rp. 55.000	Rp. 220.000		Muhammad Fernando Inranto	Polimak Batu Putih, samping petrocasin mobil cakara abadi	Simbi, RT 003 RW 004, Jayapura Utara, Jayapura, Papua	Member	18 Juni 2021 19:36:31	terselesa
13	18577800006	online	Kemeja Pria	4	Rp. 85.000	Rp. 340.000		Muhammad Fernando Inranto	Polimak Batu Putih, samping petrocasin mobil cakara abadi	Simbi, RT 003 RW 004, Jayapura Utara, Jayapura, Papua	Member	18 Juni 2021 19:36:31	terselesa
14	18577800006	online	Celana Dalam Anak Motif Hewan	4	Rp. 10.000	Rp. 40.000		Muhammad Fernando Inranto	Polimak Batu Putih, samping petrocasin mobil cakara abadi	Simbi, RT 003 RW 004, Jayapura Utara, Jayapura, Papua	Member	18 Juni 2021 19:36:31	terselesa
15	18577800006	online	Pakaian Babi	1	Rp. 110.000	Rp. 220.000		Muhammad Fernando Inranto	Polimak Batu Putih, samping petrocasin mobil cakara abadi	Simbi, RT 003 RW 004, Jayapura Utara, Jayapura, Papua	Member	18 Juni 2021 19:36:31	terselesa
16	18577800006	online	Pirama Anak	5	Rp. 22.000	Rp. 110.000		Muhammad Fernando Inranto	Polimak Batu Putih, samping petrocasin mobil cakara abadi	Simbi, RT 003 RW 004, Jayapura Utara, Jayapura, Papua	Member	18 Juni 2021 19:36:31	terselesa
17	18577800006	online	Reak Wanita Hitam	2	Rp. 110.000	Rp. 220.000		Muhammad Fernando Inranto	Polimak Batu Putih, samping petrocasin mobil cakara abadi	Simbi, RT 003 RW 004, Jayapura Utara, Jayapura, Papua	Member	18 Juni 2021 19:36:31	terselesa
18	18577800008	online	Kemeja Anak 1 Tahun	5	Rp. 110.000	Rp. 550.000		Chikata Juliet Purwanto	Hanandi Rawa 2 Samping Lapangan Tunas Muda	Hanandi, RT 001 RW 001, Jayapura Selatan, Jayapura, Papua	Reseller	18 Juni 2021 19:33:13	terselesa
19	18577800008	online	Celana Dalam Anak Motif Hewan	4	Rp. 10.000	Rp. 40.000		Chikata Juliet Purwanto	Hanandi Rawa 2 Samping Lapangan Tunas Muda	Hanandi, RT 001 RW 001, Jayapura Selatan, Jayapura, Papua	Reseller	18 Juni 2021 19:33:13	terselesa
20	18577800008	online	Baju Free Size	4	Rp. 45.000	Rp. 180.000		Chikata Juliet Purwanto	Hanandi Rawa 2 Samping Lapangan Tunas Muda	Hanandi, RT 001 RW 001, Jayapura Selatan, Jayapura, Papua	Reseller	18 Juni 2021 19:33:13	terselesa
21	18577800008	online	Pirama Anak	5	Rp. 22.000	Rp. 110.000		Chikata Juliet Purwanto	Hanandi Rawa 2 Samping Lapangan Tunas Muda	Hanandi, RT 001 RW 001, Jayapura Selatan, Jayapura, Papua	Reseller	18 Juni 2021 19:33:13	terselesa
22	18577800008	online	Tie Dye Wanita	4	Rp. 55.000	Rp. 220.000		Chikata Juliet Purwanto	Hanandi Rawa 2 Samping Lapangan Tunas Muda	Hanandi, RT 001 RW 001, Jayapura Selatan, Jayapura, Papua	Reseller	18 Juni 2021 19:33:13	terselesa
23	18577800008	online	Pakaian Babi	6	Rp. 110.000	Rp. 660.000		Chikata Juliet Purwanto	Hanandi Rawa 2 Samping Lapangan Tunas Muda	Hanandi, RT 001 RW 001, Jayapura Selatan, Jayapura, Papua	Reseller	18 Juni 2021 19:33:13	terselesa
Total Penjualan Rp.6.546.000													

Gambar 9 Omset Penjualan pada masa pandemi menggunakan E-Commerce Toko H5

Berdasarkan Gambar 9 menjelaskan laporan penjualan harian E-Commerce pada Toko H5 di masa pandemi yang rata-rata pendapatannya perhari mencapai 6 juta rupiah.

Berdasarkan kedua perbandingan diatas dapat disimpulkan bahwa adanya E-Commerce ini dapat membantu Toko H5 meningkatkan omset penjualannya yang sebelumnya perhari hanya 2-3 juta rupiah naik menjadi 100-200 % pada angka 6 juta rupiah.

3.6.2 Pengelolaan Laporan



Gambar 10 Pengelolaan laporan pada sistem konvensional

Berdasarkan Gambar 10 menjelaskan pengelolaan laporan mulai dari stok barang hingga penjualan pada Toko H5 yang dicatat pada buku, pemilik juga harus menunggu hasil rekapan data dari karyawan untuk mendapatkan laporan penjualan yang valid tiap harinya sehingga hal ini kurang efisien dari segi waktu dan tenaga.

The screenshot shows a web application interface for 'H5 Collection'. On the left is a navigation menu with options like Home, Katalog, Transaksi Offline, Transaksi Online, Keuangan, Data Keuangan, Chart, Laporan Penjualan, Marketing, User, Partner, Design, Kontak & Pesan, Customer Service, Widget, News / Blog, Pages, System, Setting COD, and Dokumentasi. The main content area is titled 'Data Keuangan' and displays a table of financial transactions. The table has columns for NO, ID, Tanggal, Debet, Kredit, Type, and Keterangan. It shows six entries of 'Pembelian Product' with various amounts and dates from June 18, 2021.

NO	ID	Tanggal	Debet	Kredit	Type	Keterangan
1	58575800008	18 Juni 2021 19:58:00	Rp. 2.130.823	0	debit online	Pembelian Product
2	inv-2021-06-18-0003	18 Juni 2021 19:45:00	Rp. 100.291	0	debit online	Pembayaran registrasi akun Pembayaran Biaya Registrasi Akun
3	58575800006	18 Juni 2021 19:38:00	Rp. 1.203.626	0	debit online	Pembelian Product
4	58575800005	18 Juni 2021 19:28:00	Rp. 963.978	0	debit online	Pembelian Product
5	58575800004	18 Juni 2021 17:39:00	Rp. 1.173.013	0	debit online	Pembelian Product
6	58575800003	18 Juni 2021 17:28:00	Rp. 1.040.441	0	debit online	Pembelian Product

Gambar 11 Pengelolaan laporan pada E-Commerce Toko H5

Berdasarkan Gambar 11 menjelaskan pengelolaan laporan dapat dipantau langsung oleh pemilik toko mulai dari laporan data keuangan, laporan penjualan, hingga chart yang menampilkan grafik penjualan perhari.

Berdasarkan kedua perbandingan diatas dapat disimpulkan bahwa adanya E-Commerce ini dapat memudahkan pemilik Toko dalam mengelola Toko H5 berdasarkan laporan yang ada tersebut nantinya akan digunakan untuk dasar pengambilan keputusan kedepannya mulai dari melakukan stok barang, dan pemasaran produk contohnya.

3.6.3 Kinerja Karyawan



Gambar 12 Karyawan melakukan pencatatan stok dan laporan penjualan

Berdasarkan Gambar 12 menjelaskan pencatatan stok dan laporan penjualan yang dilakukan oleh karyawan pada buku hal ini terbukti kurang efisien dari segi waktu dan tenaga, apabila pencatatan barang hingga mencapai ratusan tentunya karyawan akan kelelahan melakukan pencatatan tersebut.

The screenshot shows a web application interface for 'H5 Collection' displaying a 'Data Produk' table. The table lists various clothing items with columns for No, Gambar, Nama Produk, Harga, Jumlah Stok, and Status. It shows five entries of clothing items with their respective prices and stock levels.

No	Gambar	Nama Produk	Harga	Jumlah Stok	Status
1		Red T-shirt	Rp. 50.000	10	Stok
2		Blue T-shirt	Rp. 50.000	10	Stok
3		White T-shirt	Rp. 50.000	10	Stok
4		Blue T-shirt	Rp. 50.000	10	Stok
5		Blue T-shirt	Rp. 50.000	10	Stok

Gambar 13 Pencatatan stok dan laporan penjualan pada E-Commerce Toko H5

Berdasarkan Gambar 13 menjelaskan pencatatan stok barang dan laporan penjualan yang dapat dilakukan pada E-Commerce ini memudahkan karyawan, mulai dari memasukkan, pencarian, hingga pengelolaan data produk dan penjualan Toko H5.

Berdasarkan kedua perbandingan diatas dapat disimpulkan bahwa adanya E-Commerce ini dapat memudahkan dan mengoptimalkan kerja dari karyawan dalam melakukan pendataan ketersediaan stok barang dan juga pencatatan laporan penjualan.

3.6.4 Kemudahan Pelanggan



Gambar 14 Pelanggan berbelanja langsung pada Toko H5

Berdasarkan Gambar 14 menjelaskan pelanggan yang berbelanja langsung pada Toko H5, mulai dari melihat-lihat produk, hingga pembayaran dilakukan secara langsung pada toko yang tentunya tidak efisien dari segi waktu dan tenaga.



Gambar 15 Pelanggan berbelanja pada E-Commerce Toko H5

Berdasarkan Gambar 15 menjelaskan pelanggan yang dapat berbelanja pada E-Commerce Toko H5, tinggal masukan link website pada browser pelanggan dapat melakukan berbagai aktivitas mulai dari melihat-lihat produk, hingga pembayaran yang dapat dilakukan secara online.

Berdasarkan kedua perbandingan diatas dapat disimpulkan bahwa adanya E-Commerce ini dapat memudahkan pelanggan untuk berbelanja pada Toko H5 melalui E-Commerce, hal ini tentunya dapat menjaga pelanggan dari segi keamanan mengingat pada masa pandemi seperti saat ini sangat dianjurkan untuk tetap di rumah saja dan menjaga protokol kesehatan.

4. KESIMPULAN

Dalam pembuatan *e-commerce* pada toko H5 pada penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa *e-commerce* yang dibuat dapat membantu meningkatkan omset pada Toko H5 Jayapura mencapai 100 – 200% perharinya. Selain itu Pemilik toko menjadi mudah dalam mengelola Toko H5 berdasarkan laporan yang ada sebagai dasar pengambilan keputusan kedepannya.

Dengan adanya *E-Commerce* ini memudahkan dan mengoptimalkan kerja dari karyawan dalam melakukan pendataan ketersediaan stok barang, serta laporan penjualan, dan yang paling penting tentunya memudahkan pelanggan untuk berbelanja pada Toko H5 melalui *E-commerce*.

REFERENSI

- [1] Dwi Yuli Prasetyo, "Website e-Commerce Penjualan Sepatu Sekolah Studi Kasus : Toko Sepatu Nadin di Tembilahan," *JUTI-UNISI (Jurnal Teknik Ind. UNISI)*, vol. 4, no. 1, p. 10, 2020.
- [2] A. I. Putra and A. Diana, "Perancangan E-Commerce dengan Business Model Canvas untuk Peningkatan Penjualan pada Toko Parfum," *Telematika*, vol. 15, no. 1, pp. 19–28, 2020.

- [3] A. R. Fadillah and L. Fajarita, “Perancangan dan pembangunan aplikasi e-commerce berbasis web untuk meningkatkan penjualan pada toko jaket kulit naufal,” *Jurnal IDEALIS*, vol. 3, pp. 85–91, 2020.
- [4] A. D. Saputra and A. Widjaja, “Implementasi Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce Menggunakan Business Model Canvas Pada Cosy Distro,” *J. IDEALIS*, vol. 2, no. 5, pp. 9–15, 2019.
- [5] H. Setiani and A. P. Wibowo, “RANCANG BANGUN WEBSITE E-COMMERCE PADA TOKO FUNITURE (Studi Kasus : King Akor’s Sragen),” p. 12, 2020.
- [6] S. Widiani, T. H. Pudjiantoro, and A. I. Hadiana, “PEMBANGUNAN MEDIA E-COMMERCE FAJAR TOSERBA TALAGA,” in *Prosiding SNST ke-8 Tahun 2017*, 2017, pp. 17–22.
- [7] Raushan Fikri Tunny and A. S. Aji, “NASKAH PUBLIKASI PERANCANGAN APLIKASI E-COMMERCE PENJUALAN MENGGUNAKAN PAYMENT GATEWAY (Studi kasus: M22 Celluler Yogyakarta),” p. 12, 2020.
- [8] A.-T. Braun, O. Schöllhammer, and B. Rosenkranz, “Adaptation of the business model canvas template to develop business models for the circular economy,” *Procedia CIRP*, vol. 99, pp. 698–702, 2021, doi: 10.1016/j.procir.2021.03.093.
- [9] R. Strulak-Wójcikiewicz, N. Wagner, A. Lapko, and E. Hacia, “Applying the business model canvas to design the E-platform for sailing tourism,” *Procedia Comput. Sci.*, vol. 176, pp. 1643–1651, 2020, doi: 10.1016/j.procs.2020.09.188.
- [10] M. Brunner and J. Wolfartsberger, “Virtual reality enriched business model canvas building blocks for enhancing customer retention,” *Procedia Manuf.*, vol. 42, no. 2019, pp. 154–157, 2020, doi: 10.1016/j.promfg.2020.02.062.
- [11] D. Renca and H. Hasugian, “Pembuatan Website Berbasis E-Commerce Menggunakan Business Model Canvas Pada Toko Brassica Florist,” *IDEALIS Indones. J. ...*, pp. 258–264, 2019, [Online]. Available: <http://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/article/view/2712>.
- [12] T. dwi Alperdo and G. Gata, “Implementasi E-Commerce Menggunakan Business Model Canvas Dan Ifml Pada Distro Mr Bro,” *Jurnal IDEALIS*, vol. 2, no. 6, pp. 369–376, 2019.
- [13] M. R. Haiqal and Y. Yuliazmi, “Perancangan E-Commerce Pada Jeys Corner Untuk Meningkatkan Penjualan Menggunakan Metode Business Model Canvas,” *IDEALIS Indones. J. ...*, vol. 3, no. 2, pp. 9–14, 2020, [Online]. Available: <http://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/article/view/2725>.
- [14] A. P. Pratama and S. Samsinar, “Penerapan E-Commerce Pada Toko Gentleman Clothing Menggunakan Business Model Canvas Guna Meningkatkan Penjualan ...,” *IDEALIS Indones. J. ...*, pp. 69–76, 2019, [Online]. Available: <http://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/article/view/2575>.
- [15] L. A. Saputra and S. Samsinar, “Penerapan Business Model Canvas Dalam Membangun Web Commerce (Studi Kasus Toko Pusatsneakers_Jkt),” *INOVTEK Polbeng - Seri Inform.*, vol. 5, no. 1, p. 46, 2020, doi: 10.35314/isi.v5i1.1320.