e-ISSN:2714-6529

Implementation Of E-Commerce With Business Model Canvas (BMC) Method To Increase Sales In Detak Original Store

[1]Dzikri Febrian, [2]Atik Ariesta, [3]Dyah Retno Utari
[1] Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
[2,3]Program Studi Manajemen Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
Email: [1]dzikrifebriann@gmail.com

Abstract

Detak Original store is engaged in selling men's clothing products that have physical stores in Tanah Abang and online sales in marketplaces such as Tokopedia, Lazada, Shopee, and social media Instagram. Problems that occur are a lot of competition in the current marketplace during the Covid-19 pandemic, decreased revenue in physical stores as a result of the difficulty of direct sales during the pandemic, less than optimal sales promotion so that old goods are difficult to sell, lack of detailed product information so that customers become hesitant to buy products via the marketplace and Instagram. Other problems are less than optimal in finding sales report data because the products are similar to one another. Therefore, Detak Original wants to create its own website with an E-commerce system to maximize sales. The method used in building a new E-Commerce business is the Business Model Canvas (BMC) method, and system design using UML and a website with Wordpess-based Content Management System (CMS). This research resulted in an E-Commerce website with various available features to facilitate the long distance buying and selling process. By easily accessing the E-Commerce website, the buying and selling process will be effective and efficient to connect with the public and increase sales.

Keywords: *Men's clothing, E-Commerce, Business Model Canvas.*

1. INTRODUCTION

Dengan perkembangan teknologi saat ini, memandu sebuah bisnis untuk dapat mengutamakan pelayanan yang cepat, meningkatkan produktivitas, kenyamanan dan menciptakan produk unggulan. Dengan menjual dan membeli produk melalui internet, akses mudah ke situs web *E-Commerce* menjadikannya cara yang efektif dan efisien untuk terhubung dengan publik dan meningkatkan penjualan. *E-Commerce* juga dapat menjadi media dalam bertransaksi antara pembeli dan penjual melalui internet.

Detak Original merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan produk pakaian pria. Selama ini penjualan Detak Original menggunakan platform *marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak serta toko fisik di Tanah Abang. Tak hanya itu, Detak Original menjangkau pasar dengan mempromosikan produk di media sosial yaitu Instagram. Di masa pandemi Covid-19 ini, banyak orang yang beralih profesi atau memilih untuk mencari penghasilan tambahan dengan berjualan di platform media sosial, dan *marketplace* yang membuat toko Detak Original memiliki banyak persaingan terutama di kategori pakaian pria. Hal ini tentunya membuat Detak Original ingin

mengembangkan toko dengan membuat *website* sendiri. Dengan adanya *website E-Commerce* akan memperluas promosi penjualan produk, dan membantu pelanggan yang ingin membeli langsung dari *website* tersebut. Dengan harapan dapat meningkatkan penjualan Toko Detak Original.

Permasalahan yang terjadi adalah banyaknya persaingan di *marketplace* saat ini pada masa pandemi Covid-19, penurunan pendapatan di toko fisik akibat sulitnya penjualan langsung di masa pandemi, promosi penjualan yang kurang optimal sehingga barang lama sulit dijual , kurangnya informasi produk yang detail sehingga pelanggan menjadi ragu untuk membeli produk melalui *marketplace* dan instagram. Masalah lainnya kurang optimal dalam mencari data laporan penjualan karena produk yang satu dengan yang lain mirip. Oleh karena itu Detak Original ingin membuat *website* sendiri dengan sistem E-commerce untuk memaksimalkan penjualan.

Metode yang digunakan dalam merancang bisnis *E-Commerce* Detak Original adalah metode *Business Model Canvas* (BMC) sehingga mengetahui kekurangan dan membantu merancang proses bisnis penting dalam bisnis penjualan di Detak Original. Setelah melewati tahap perancangan bisnis, kemudian dilakukan analisa, lalu tahap perancangan sistem yang akan dibangun menggunakan *Unified Modelling Language* (UML). Perancangan sistem dibangun dengan menggunakan tools yang ada di UML yaitu, *Class Diagram, Use Case Diagram* dan *Activity Diagram*. Dan sistem *website e-commerce* yang dibangun menggunakan *Content Management System* (CMS) berbasis Wordpess.

Penelitian ini membahas tentang pembuatan bisnis *E-Commerce* berbasis web yang meliputi fitur pembuatan katalog, pemesanan produk, transaksi produk dengan metode pembayaran otomatis. Metode pembayaran dilakukan melalui transfer bank atau e-wallet. Kemudian penjual akan melakukan validasi jika pelanggan telah melakukan pembayaran. Beberapa hasil *website e-commerce* adalah tersedianya fitur katalog produk, cart, dan checkout pada sistem *E-Commerce*, fitur kupon dan fitur laporan penjualan menggunakan SKU/Kode Produk sehingga admin dapat lebih mudah membuat laporan produk.

Penelitian ini menghasilkan sebuah *website E-Commerce* dengan berbagai fitur yang tersedia untuk memudahkan proses jual beli jarak jauh. Tidak hanya itu, tujuan dari pembuatan *website* ini adalah untuk mempermudah transaksi penjualan toko Detak Original yang dapat menyesuaikan di masa pandemi Covid-19 dengan cara pembayaran menggunakan M-Banking, E-Wallet, dan lain-lain tanpa berinteraksi langsung dengan orang lain. . Dengan mudahnya mengakses *website E-Commerce* maka proses jual beli akan efektif dan efisien untuk berhubungan dengan masyarakat dan meningkatkan penjualan.

Pembuatan dan pengaturan data atau informasi, dapat menggunakan CMS yang sangat mudah diaplikasikan tanpa harus menguasai *tag HTML*. Salah satu aplikasi dari CMS yang sangat mudah digunakan adalah *Wordpress*. Rerung menyatakan dalam bukunya [1] *E-commerce* dapat diartikan sebagai yaitu sarana bertransaksi penjual dan pembeli didunia maya secara online, begitupun

sebaliknya. Pada bukunya, Turban dkk [2] menyatakan *E-Commerce* adalah suatu proses jual beli barang, *service*, dan bertukar informasi secara *online* didalam internet. Hal ini membuat
Transaksi *e-commerce* ini membuat konsumen, dan masyarakat dapat dengan mudah berhubungan.

Pada tulisannya, [3] dinyatakan bahwa CMS dapat berguna juga sebagai alat penyimpanan dan publikasi dokumen, gambar, musik dan video. CMS pun dibuat untuk manajemen isi atau konten dari sebuah sistem untuk memenuhi rangkaian tujuannya.

Salah satu aplikasi dari CMS yang sangat mudah digunakan adalah *Wordpress*. Melalui bukunya, [4] dinyatakan bahwa *Wordpress* adalah sebuah aplikasi untuk CMS yang paling terkenal yang bersifat *open source*, dengan *user*, *developer* dan komunitas-komunitas dukungan global. Beberapa *plugins* dibutuhkan di dalam *Wordpress* untuk membuat tampilannya menjadi lebih baik, salah satunya adalah *WooCommerce*. Menurut [5] plugins *WooCommerce* memudahkan penggunanya dengan memiliki berbagai fitur yang fleksibel untuk *Wordpress*.

Menurut penelitian sebelumnya [6] dinyatakan bahwa perancangan web *E-Commerce* mempermudah pengolahan data penjualan, sehingga akan lebih mudah untuk memantau perkembangan penjualan tersebut, menjadi sarana yang efektif untuk mempromosikan produk pada Chinot Collection, karena pemasaran produk akan semakin luas dan mempermudah transaksi yang dilakukan. Dengan mudahnya bertransaksi, akan meningkatkan penghasilan Chinot Collection sehingga perkembangannya akan semakin cepat, Tersedianya layanan kontak, sehingga pelanggan dapat lebih mudah untuk berkomunikasi dengan admin Chinot Collection.

Dalam penelitian sebelumnya [7] dikemukakan bahwa dengan adanya sistem informasi *E-Commerce* ini, maka akan membantu toko atau penjual untuk meningkatkan penjualan dari transaksi jual beli online. Karena dengan adanya *E-Commerce* maka penjualan bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun. Tidak hanya menjual produk, tetapi *website* ini juga digunakan sebagai media promosi, sehingga dapat memperluas area penjualan.

Dalam publikasinya [8] mengungkapkan bahwa dengan adanya sistem penjualan *E-Commerce*, memudahkan toko untuk promosi dan menjual produk, dengan merubah cara pemasaran yang konvensional. Pembeli pun merasa lebih mudah bertransaksi tanpa harus datang ke toko tersebut.

Menurut publikasi sebelumnya [9] dinyatakan bahwa manajer toko dapat melakukan rekap transaksi dan mengelola data ketersediaan produk dengan lebih akurat, efektif dan efisien melalui fitur report pada sistem. Pelanggan juga dipermudah dengan adanya fitur konfirmasi bayar, sehingga dapat melakukan pembayaran jarak jauh melalui transfer. Fitur notifikasi pesanan yang dikirimkan melalui email, akan menggantikan nota manual yang selama ini dibuat.

Dalam penelitian sebelumnya [10] menyatakan bahwa dengan menerapkan metode SDLC dengan model *Waterfall*, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk melaui *online*

atau *e-commerce*. Kemudian target pemasarannya bertambah luas, tidak hanya dari pembeli masyarakat sekitar, khususnya di Kabupaten Karawang.

Dalam penelitiannya [11] menyatakan bahwa bisnis *e-commerce* berkembang sangat pesat di Indonesia. Pasar *e-commerce* terlihat sangat menjanjikan di masa depan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membangun *website* toko untuk dapat meningkatkan penjualan. Penelitian ini telah menghasilkan sebuah aplikasi yang memanfaatkan web sebagai sarana untuk menyajikan informasi produk yang dijual dan dapat menghitung besarnya keuntungan yang diperoleh.

Kesimpulan yang dapat diambil dari 6 penelitian sebelumnya, pembuatan *website* E-commerce untuk memudahkan pelanggan bertransaksi jarak jauh, mempermudah pengelolaan transaksi penjualan, dan memaksimalkan promosi produk sehingga meningkatkan penjualan. Dari topik penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa kesamaan dengan penelitian sebelumnya, antara lain adanya fitur shopping cart untuk memudahkan pembelian melalui *website*, dan kemudahan transaksi pembayaran melalui transfer bank, serta informasi berupa notifikasi email bagi pelanggan. Sedangkan perbedaan dari penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya antara lain adanya sistem pembayaran otomatis menggunakan Xendit sehingga memudahkan pelanggan untuk melakukan transaksi pembayaran tanpa melakukan konfirmasi pembayaran manual. Kemudian pemberian kode kupon di *website* berupa diskon, memberikan keuntungan bagi pelanggan.

Dengan adanya *website E-Commerce* ini diinginkan adanya peningkatan jumlah produk terjual, serta pelanggan mudah dalam melakukan transaksi pembayaran, *website* juga untuk promosi produk atau memberikan kode kupon sehingga membantu produk lama yang sulit dijual kepada dijual lebih cepat.

2. METHODS

2.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilaksanakan sebagai langkah agar memperoleh data sebagai kebutuhan informasi agar tercapainya tujuan dari penelitian. Beberapa rangkaian metode pengumpulan data yang telah dilakukan:

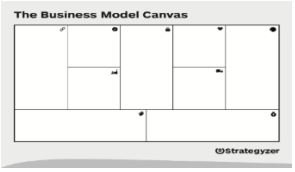
a. Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara tatap muka langsung, melakukan sesi tanya jawab antara dua pihak secara langsung. Adanya pewawancara dan narasumber dengan tujuan agar mendapatkan data yang lengkap. Pada metode ini penulis memberikan beberapa pertanyaan yang akan ditanyakan untuk pemilik Toko Detak Original.
b. Observasi adalah pengamatan dilakukan dengan mengamati langsung terhadap obyek penelitian untuk mempelajari sistem yang ada.
c. Analisa dokumen adalah pengumpulan data berdasarkan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan obyek penelitian, dan kemudian dianalisa lebih lanjut.

d. Studi Literatur adalah teknik pengumpulan data dengan pengumpulan data pustaka berupa Jurnal atau buku atau prosiding, membaca dan mencatat, serta mengelolah penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Untuk penunjang dalam memperoleh data serta menjadi bahan perbandingan dengan sistem yang akan dibuat.

2. 2 Perancangan Bisnis

Langkah selajutnya adalah dengan menyusun rancangan bisnis *E-commerce*, dengan metode *Business Model Canvas* (BMC) dimana di terdapat 9 kolom atau blok. BMC bertujuan agar untuk mengetahui kebutuhan data untuk hasil kinerja dan keuntungan, terutama mengetahui kekurangan dan keunggulan bisnis yang akan dibangun. Alexander Osterwalder adalah orang yang berjasa dalam pengembangan BMC. Dalam tulisannya [12], beliau mengemukakan BMC memudahkan organisasi untuk memulai bisnis yang akan dibangun oleh para pengusaha.

BMC menjadi gambaran suatu model proses bisnis, dimana BMC dapat berguna untuk mengerti proses bisnis lebih luas dan dapat memberikan dampak kinerja yang baik. BMC terdapat di dalamnya yaitu 9 blok terdiri dari *Customer Segment, Value Proposition, Key Activities, Key Partners, Key Resources, Customer Relationship, Cost Struture, Channels, Revenue Streams*. Gambar BMC dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. *Business Model Canvas* (BMC)

2. 3 Tahap Perancangan Sistem

Selanjutnya adalah tahapan untuk merancang sistem dari model sistem baru yang diusulkan menggunakan *Unfield Modelling Language (UML)*. Beberapa *tools* pada *UML* yang digunakan untuk perancangan sistem pada penelitian ini yaitu, *Activity Diagram, Use Case Diagram* dan *Class Diagram*

Dengan melihat hasil dari analisa sebelumnya, pada tahap ini dirancang sebuah sistem dengan detail, sehingga akan menghasilkan model sistem yang baru untuk diusulkan. Tahapan perancangan sistem ini diantaranya, yaitu:

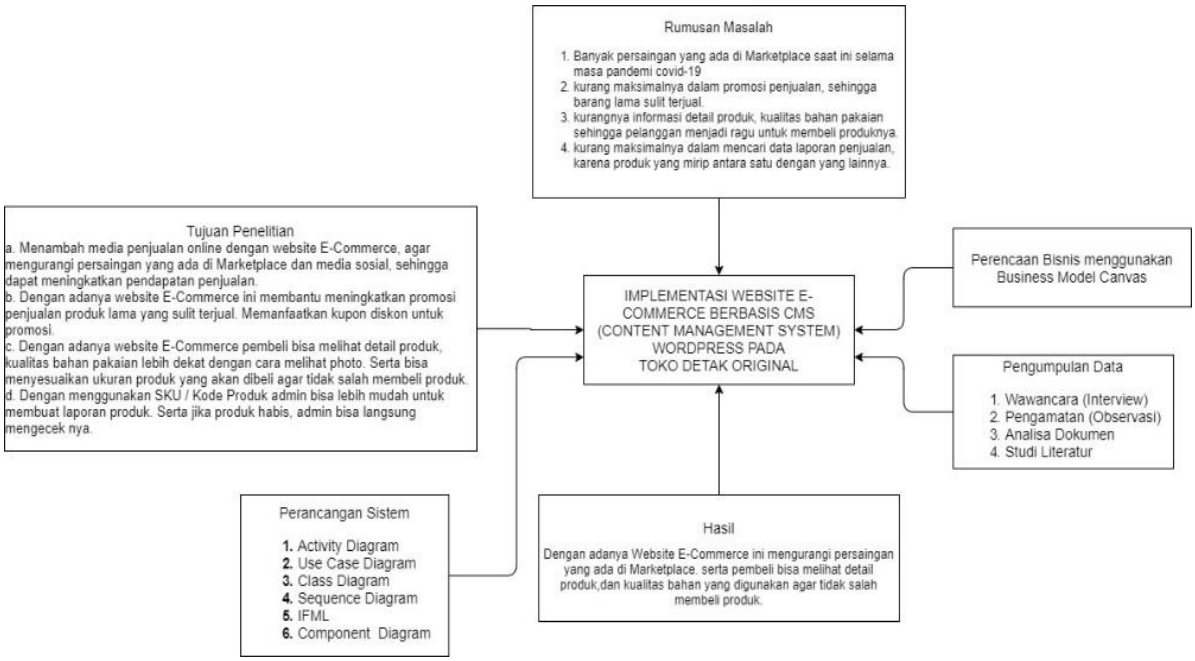
a. *Activity Diagram* merupakan penjelasan tentang proses bisnis usulan pada aktifitas *website* Detak Original.
b. *Use Case Diagram* merupakan penggambaran interaksi antar *actor* dengan *system* yang dibuat.
c. *Class Diagram* merupakan penggambaran struktur kelas dari satu *system* dan hubungan antar kelas di dalam yang akan dirancang sebagai basis data pada *system E-Commerce.*

Setelah sistem *website* berhasil dirancang, maka dalam aplikasinya perlu untuk menerapkan *Search Engine Optimization* sebagai optimasi peringkat *website* pada halaman awal di mesin pencari. Hal ini bertujuan supaya dapat mudah ditemukan pada mesin pencari, dan memperluas pemasaran melalui internet.

3. RESULTS AND DISCUSSION

3. 1 Kerangka Pemikiran

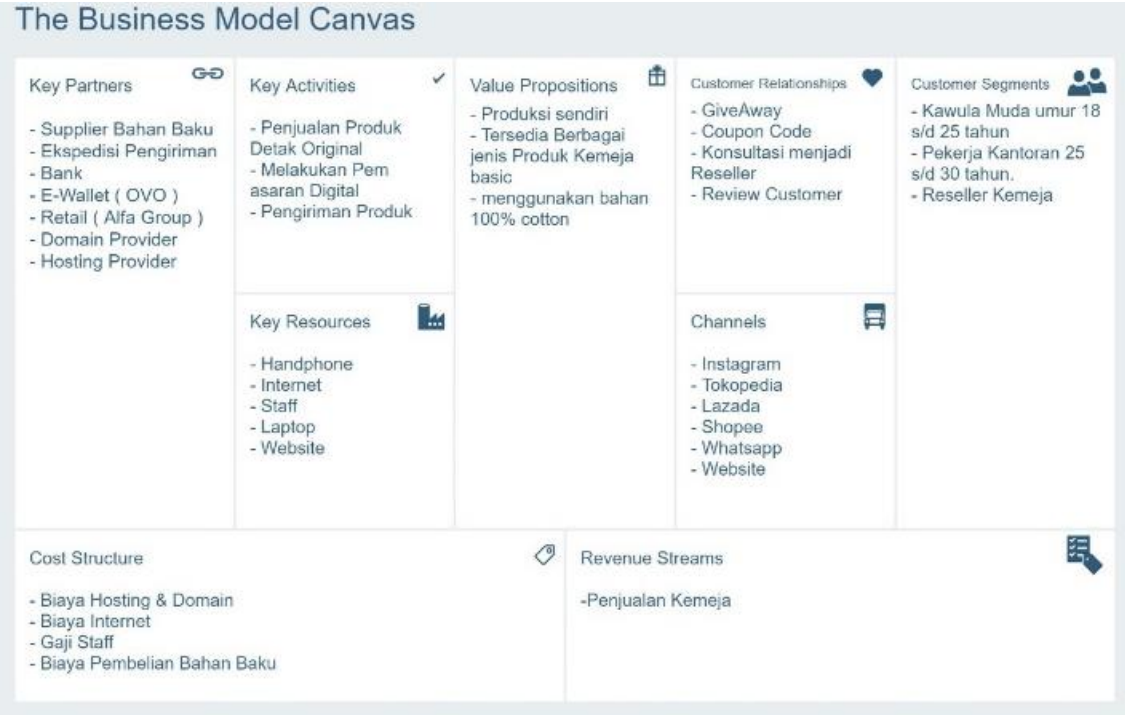
Pada tahapan kerangka pemikiran mengandung model konseptual akan teori yang saling berhubungan untuk memecahkan masalah pada Toko Detak Original. Model ini menggambarkan mulai dari pengumpulan data, perancangan bisnis, tujuan penelitian, hingga hasil penelitian untuk memecahkan masalah pada toko Detak Original. Di mulai dari rumusan masalah, Detak Original memiliki banyak persaingan yang ada di *marketplace* saat ini selama masa pandemi, menurunnya pendapatan yang ada di toko fisik Detak Original. kurang maksimalnya dalam promosi penjualan sehingga barang lama sulit terjual saat ini. Kurangnya informasi detail produk, kualitas bahan pakaian, sehingga pelanggan menjadi ragu untuk membeli produk detak original. Dan kurang maksimalnya dalam mencari data laporan penjualan dikarenakan produk yang mirip antara satu dengan yang lainnya. Lalu tujuan penelitian ini, ingin menambah media penjualan online dengan website *E-Commerce* agar mengurangi persaingan yang ada di *Marketplace* dan media sosial, sehingga dapat meningkatkan pendapatan penjualan. Dengan adanya *website E-Commerce* ini membantu meningkatkan promosi penjualan produk lama yang sulit terjual, dan memanfaatkan kupon diskon untuk promosi. Pembeli juga dapat melihat detail produk, kualitas bahan pakaian lebih dekat dengan cara melihat photo. Serta bisa menyesuaikan ukuran produk yang akan dibeli agar tidak salah ukuran dalam membeli produk. Lalu dengan adanya SKU/Kode Produk admin bisa lebih mudah untuk membuat laporan produk, jika produk habis, admin bisa langsung mengeceknya. Pengumpulan data dengan cara wawancara (*Interview*), pengamatan (*Observation*), analisa dokumen, serta literatur. Setelah melalukan pengumpulan data, kemudian dibuat perancangan bisnis menggunakan *Busisness Model Canvas*. Setelah itu dibuat rancangan sistem dengan cara menggunakan UML yaitu *activity diagram*, *use case diagram*, *class diagram*, *sequence diagram*, IFML, *Component diagram*. Kerangka Pemikiran untuk penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

3. 2 Business Model Canvas

Penerapan BMC dengan 9 blok di dalamnya, berguna untuk merancang, dan menilai sistem bisnis yang ada pada *E-commerce* Detak Original. BMC dapat terlihat pada gambar 3.



Gambar 3. *Business Model Canvas* untuk *E-commerce* Detak Original

BMC untuk *Ecommerce* Detak Original yang terlihat pada Gambar 3, maka penjelasan 9 blok di dalamnya yaitu:

a. *Customer Segments:* Target utama pelanggan yang menjadi fokus penjualan produk toko Detak Original yaitu Kawula Muda Pria mulai dari umur 18 s/d 25 tahun, Sedangkan Pekerja Kantoran pria 25 s/d 30 tahun. Dan Reseller Kemeja.

b. *Value Propositions:* Nilai tambah dalam bisnis atau suatu keunggulan produk yang ditawarkan oleh toko Detak Original kepada pelanggan di antaranya : Kemeja Detak Original dibuat dengan cara produksi sendiri, sehingga kualitasnya sesuai dengan standar terbaik yang diinginkan. Memiliki berbagai model kemeja yang mengikuti trend, fashionable dengan bahan yang nyaman. Bahan yang digunakan 100% cotton. Cotton mampu menyerap keringat dengan baik , terasa lembut jika bersentuhan dengan kulit , tidak terasa panas jika digunakan.

c. *Channels:* Toko Detak Original menjangkau pelanggan tidak hanya dengan sosial media instagram namun merambah hingga ke *E-Commerce* seperti Tokopedia, Lazada, Shopee. Dan interaksi langsung dengan cara whatsapp.

d. *Customer Relationship*: Strategi yang digunakan pada toko Detak Original dalam menjalin relasi dengan pelanggan yaitu mengadakan *GiveAway* melalui Instagram Detak Original. Kemudahan menjadi *reseller* melalui konsultasi dengan admin Detak Original.

e. *Revenue Streams*: Sumber pendapatan yang di dapat toko Detak Original dari hasil penjualan produk baik dari Instagram maupun *Website E-Commerce.*

f. *Key Resource*: Sumber daya menjadi kunci untuk keperluan toko Detak Original memiliki staff yang mengelola *social media*, dan melakukan bisnis di *E-Commerce* memerlukan laptop dan handphone, serta akses jaringan *internet* untuk terhubung ke *website tersebut.*

g. *Key Activities*: Proses bisnis yang menjadi kunci pada bisnis toko Detak Original dengan melakukan penjualan produk, *update* produk ke *website*, melakukan pemesanan berupa digital, dan pengiriman produk. Kemudian melakukan pemasaran untuk dikenal oleh masyarakat dengan lebih luas.

h. *Key Partnership*: Untuk membantu agar *key activites* berjalan, maka diperlukan pihak pihak yang lain. Toko Detak Original bekerja sama dengan *supplier* bahan baku untuk kebutuhan produksi kemeja yang akan dibuat. Toko Detak Original juga bekerja sama dengan pihak ketiga yaitu xendit.co untuk mempermudah transaksi pembayaran, fitur yang di dapat sangat banyak seperti banyaknya bank yang bisa digunakan, *e-wallet*, dan retail yang sudah bekerja sama dengan xendit.co sehingga mempermudah pelanggan untuk bertransaksi pembayaran. Lalu toko Detak Original bekerja sama dengan jasa ekspedisi untuk pengiriman. Dan dengan adanya teknologi *website* Detak Original membayar sewa hosting dan domain agar *website* bekerja dengan baik.

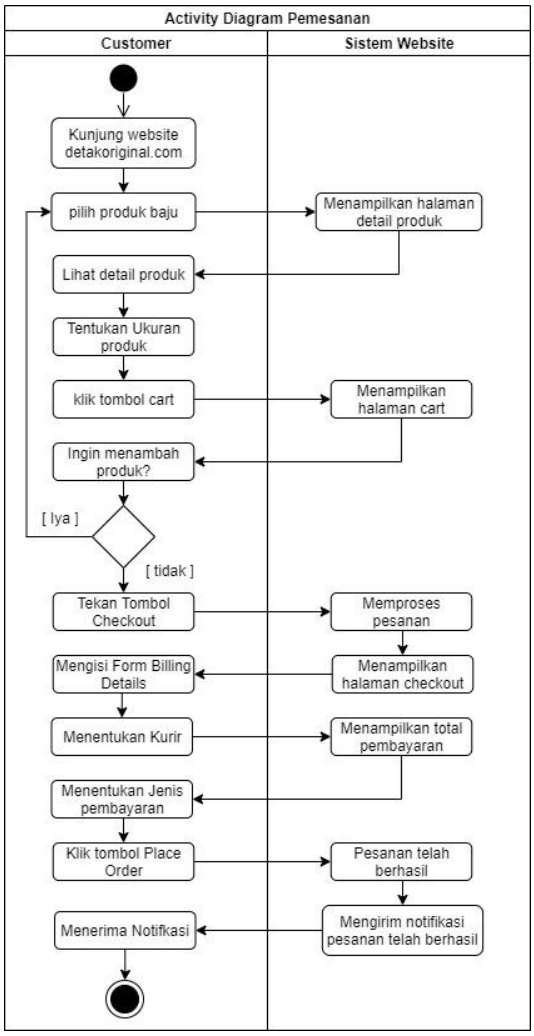
i. *Cost Structures*: Pengeluaran biaya yang dikeluarkan pada Detak Original diantaranya biaya hosting, domain, internet, gaji staff, biaya sewa toko, serta pembelian bahan baku untuk produksi.

3. 3 Proses Bisnis Usulan

Activity diagram dapat menjadi dasar dari sebuah proses bisnis usulan dibangunnya *website* penjualan. Penjelasan untuk proses *activity diagram* usulan Detak Original untuk proses pemesanan dan pembayaran.

a. Proses Bisnis Usulan Pemesanan Produk

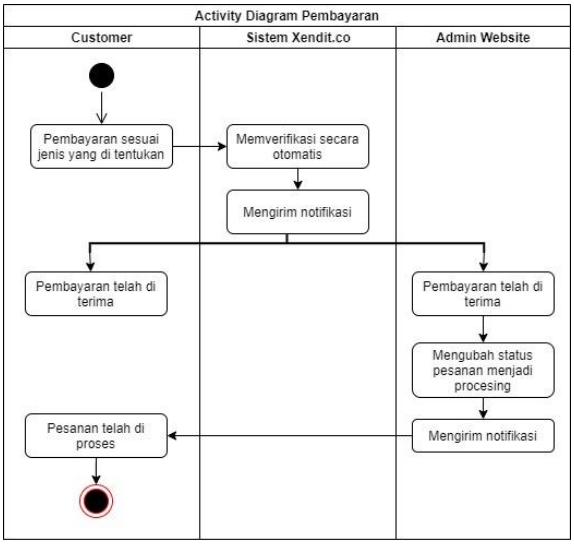
Pelanggan masuk ke *website* detakoriginal.com, selanjutnya pelanggan memilih produk kemeja yang di inginkan. Lalu pelanggan masuk ke halaman detail produk, lalu pelanggan menentukan ukuran kemeja yang di inginkan dan klik tombol cart untuk menambahkan pemesanan. Jika ingin menambah produk maka pilih produk baju lagi, jika tidak maka tekan tombol checkout untuk melanjutkan proses pemesanan. Selanjutkan pelanggan akan melihat halaman checkout yang menampilkan informasi produk, form billing details, menentukan jasa pengiriman, total yang harus dibayar, serta metode pembayaran. Lalu jika sudah di tentukan semua klik tombol place order untuk melanjutkan proses pemesanan. Setelah itu pelanggan akan mendapatkan notifikasi via email pemesanan telah berhasil. Proses pemesanan ini terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. *Activity Diagram* Usulan Pemesanan Produk

b. Proses Bisnis Usulan Pembayaran Produk

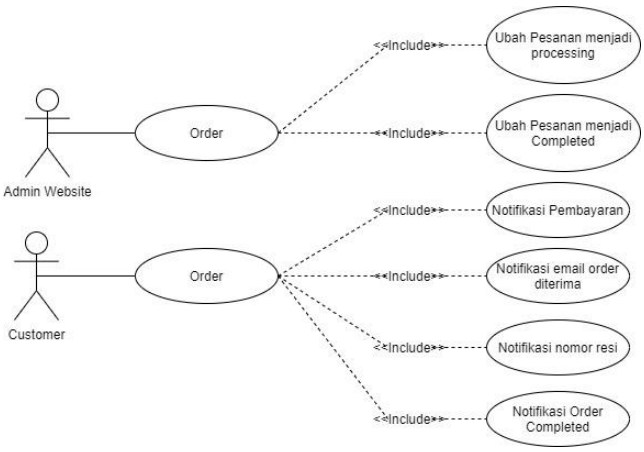
Setelah melakukan pemesanan, pelanggan melakukan pembayaran sesuai dengan rincian pesanan produk dengan metode yang sudah di tentukan sebelumnya. Setelah pelanggan melakukan pembayaran maka sistem akan memverifikasi secara otomatis dan mengirimkan notifikasi kepada pelanggan dan admin. Selanjutnya admin mengecek pembayaran, lalu mengubah status pesanan menjadi procesing. Pelanggan akan mendapatkan notifikasi dari sistem website pesanan telah di proses. Jika tidak membayar 1x24 jam maka pembayaran otomatis dibatalkan.



Gambar 5. *Activity Diagram* Usulan Pembayaran Produk

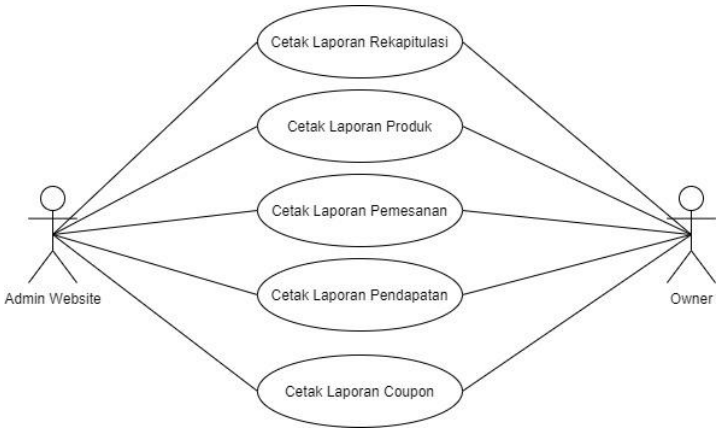
3. 4. Use Case Diagram

Rangkaian proses dari *Use case diagram* untuk *system website E-Commerce* Detak Original diantaranya adalah *use case diagram master,* cetak laporan, dan transaksi dengan melibatkan aktor admin dan pelanggan. Pada kegiatan *use case diagram* transaksi terdapat dua aktor, yaitu pelanggan yang melakukan pemesanan dan pembayaran, serta admin untuk konfrimasi pemesanan. Kegiatan ini dapat terlihat pada gambar 6.



Gambar 6. *Use Case Diagram* Transaksi

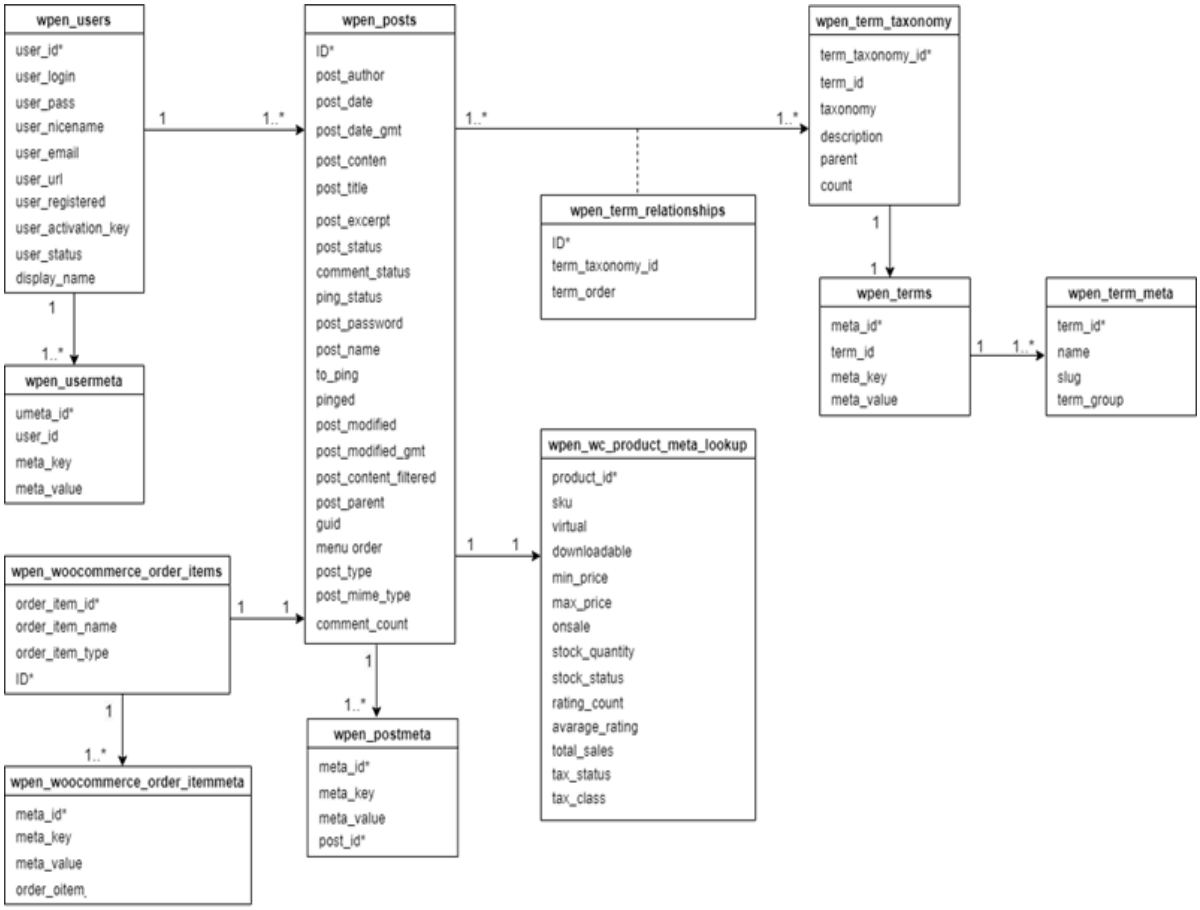
Kegiatan proses *use case diagram* cetak laporan melibatkan admin untuk mencetak berbagai laporan yang dibuthkan untuk diserahkan kepada pemilik toko. Kegiatan ini dilakukan pada Gambar 7.



Gambar 7. *Use Case Diagram* Cetak Laporan

3. 5 Class Diagram

Dasar kegiatan untuk membangun sebuah basis data dari *website*, dapat dilakukan dengan membuat *class* diagram, sehingga data dapat tersimpan baik pada basis data. *Class diagram* sistem *website E-Commerce* Detak Original dapat terlihat pada gambar 8.



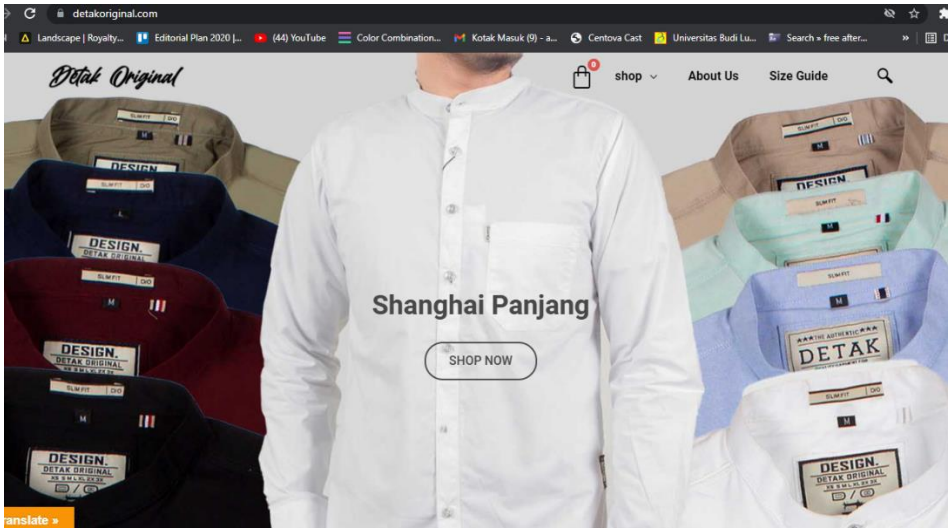
Gambar 8. *Class Diagram* sistem *website E-Commerce* Detak Original

3. 6 Hasil Tampilan Layar

Website e-commerce Detak Original, memungkinakn pelanggan bertransaksi pembelian jarak jauh. Sistem *Website e-commerce* ini memiliki dua tampilan, yaitu Tampilan Layar *Front end* dan Tampilan Layar *Back end*.

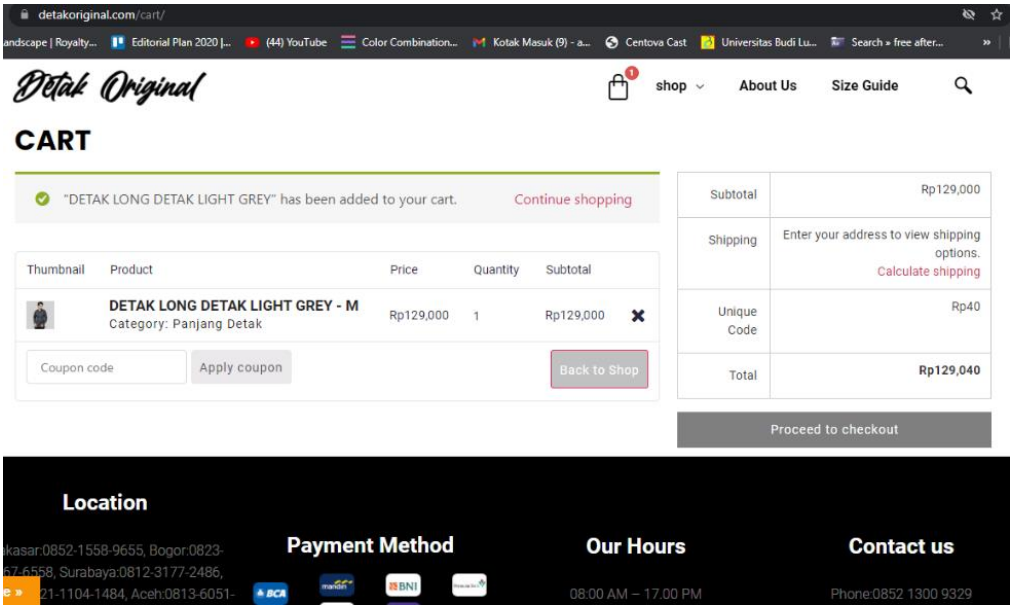
a. Tampilan Layar *Front end*

1. Gambar 9 akan memperlihatkan halaman muka dari *website* e-*commerce* Detak Original.



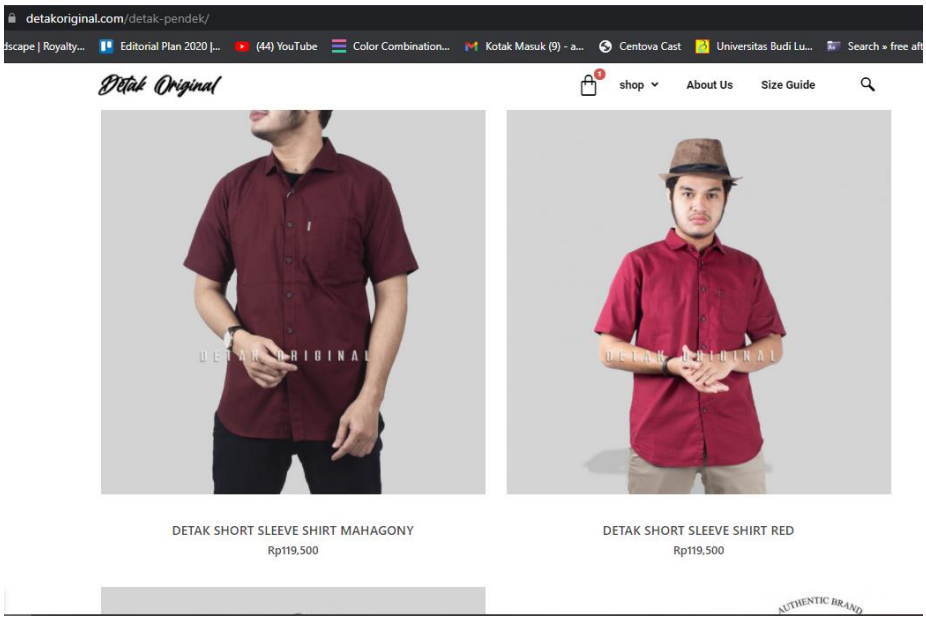
Gambar 9. Tampilan Layar Halaman Awal

2. Pada gambar 10 memperlihatkan proses *add to cart* pada saat pelanggan ingin membeli produk pada *website* Detak Original.



Gambar 10. Tampilan Layar *Add to Cart*

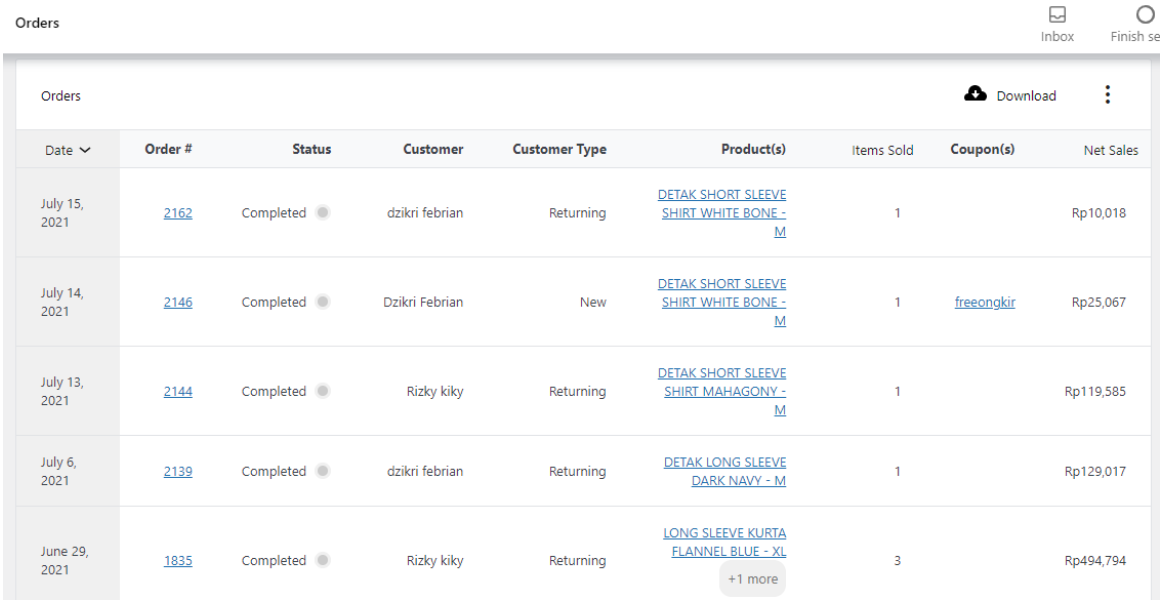
3. Pada gambar 11 menampilkan Detil Produk ketika pelanggan mengklik produk pada *website* Detak Original.



Gambar 11. Tampilan Layar Detil Produk

b. Tampilan Layar *Back end*

1. Pada gambar 12 terlihat bagian layar *back end* tentang hasil laporan pemesanan yang terjual pada *website* Detak Original.



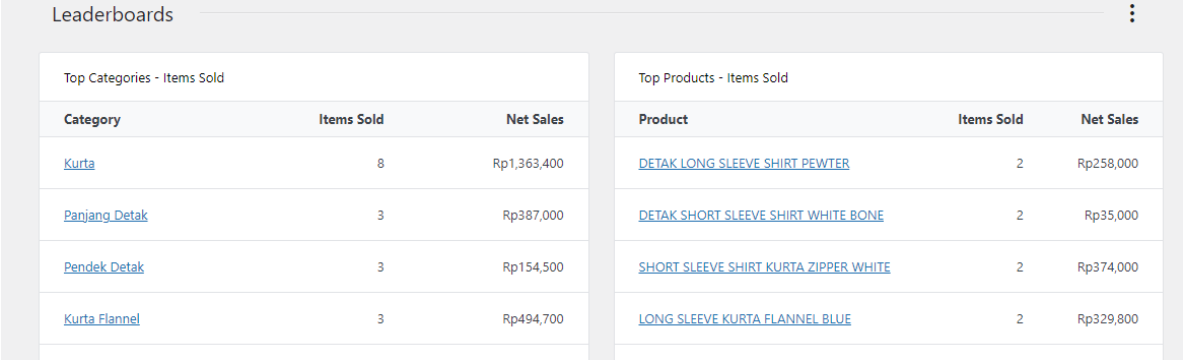
Orders

Orders | Download

Date	Order #	Status	Customer	Customer Type	Product(s)	Items Sold	Coupon(s)	Net Sales
July 15, 2021	2162	Completed	dzikri febrian	Returning	DETAK SHORT SLEEVE SHIRT WHITE BONE - M	1		Rp10,018
July 14, 2021	2146	Completed	Dzikri Febrian	New	DETAK SHORT SLEEVE SHIRT WHITE BONE - M	1	freeongkir	Rp25,067
July 13, 2021	2144	Completed	Rizky kiky	Returning	DETAK SHORT SLEEVE SHIRT MAHAGONY - M	1		Rp119,585
July 6, 2021	2139	Completed	dzikri febrian	Returning	DETAK LONG SLEEVE DARK NAVY - M	1		Rp129,017
June 29, 2021	1835	Completed	Rizky kiky	Returning	LONG SLEEVE KURTA FLANNEL BLUE - XL +1 more	3		Rp494,794

Gambar 12. Tampilan Layar Laporan Pemesanan

2. Pada gambar 13 terlihat tampilan *back end* hasil laporan rekapitulasi produk terlaris pada *website* Detak Original.



Leaderboards

Top Categories - Items Sold

Category	Items Sold	Net Sales
Kurta	8	Rp1,363,400
Panjang Detak	3	Rp387,000
Pendek Detak	3	Rp154,500
Kurta Flannel	3	Rp494,700

Top Products - Items Sold

Product	Items Sold	Net Sales
DETAK LONG SLEEVE SHIRT PEWTER	2	Rp258,000
DETAK SHORT SLEEVE SHIRT WHITE BONE	2	Rp35,000
SHORT SLEEVE SHIRT KURTA ZIPPER WHITE	2	Rp374,000
LONG SLEEVE KURTA FLANNEL BLUE	2	Rp329,800

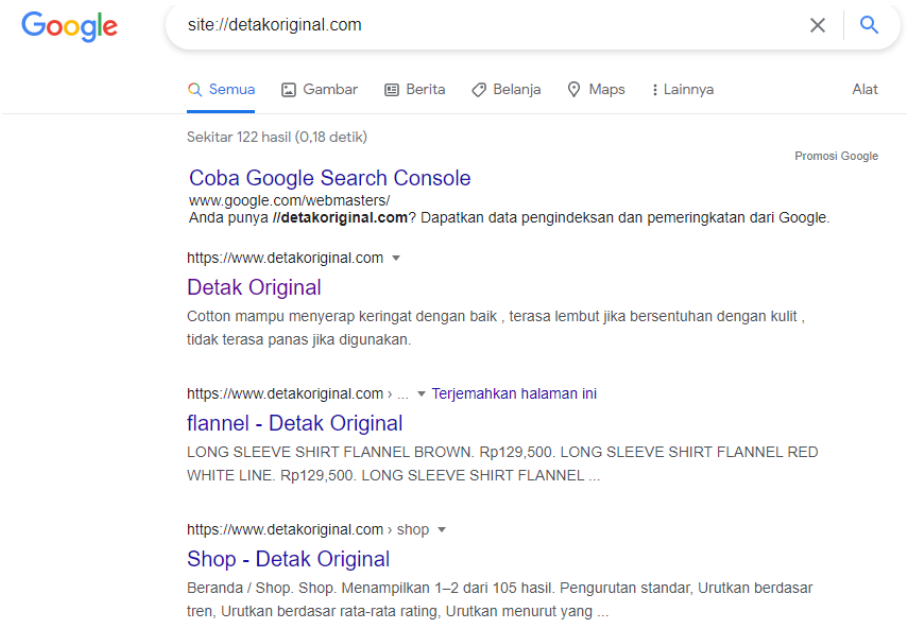
Gambar 13. Tampilan Layar Laporan Rekapitulasi Produk Terlaris

3. 7 Search Engine Optimization (SEO)

Penerapan SEO pada *website* detakoriginal.com dengan menggunakan teknik SEO On Page untuk mengoptimasi halaman dan konten *website* agar terindex oleh mensin pencari Google. Penggunakan *plug in Yoast SEO* untuk mengkonfigurasi *keyphrase* atau kata kunci, *SEO Ttitle, Slug/Permalink, Meta Description, Image Optimization,* dan konten pada *website* tersebut.

3. 8. Hasil Pengujian Index Mesin Pencari Google

Setelah melakukan optimasi SEO, konfigurasi pada *Google Search Console*, setting XML Sitemaps dan mengindeks *website* di *Google Search Console* langkah selanjutnya diperlukan pengujian indexing pada Google apakah *website* telah terindeks atau belum pengujian dilakukan dengan cara mengetik **site://detakoriginal.com** pada kolom pencarian google. Hasil pengujian terlihat pada gambar 14 dan 15.



Google

site://detakoriginal.com

Semua | Gambar | Berita | Belanja | Maps | Lainnya | Alat

Sekitar 122 hasil (0,18 detik)

Promosi Google

Coba Google Search Console
www.google.com/webmasters/
Anda punya **//detakoriginal.com**? Dapatkan data pengindeksan dan pemeringkatan dari Google.

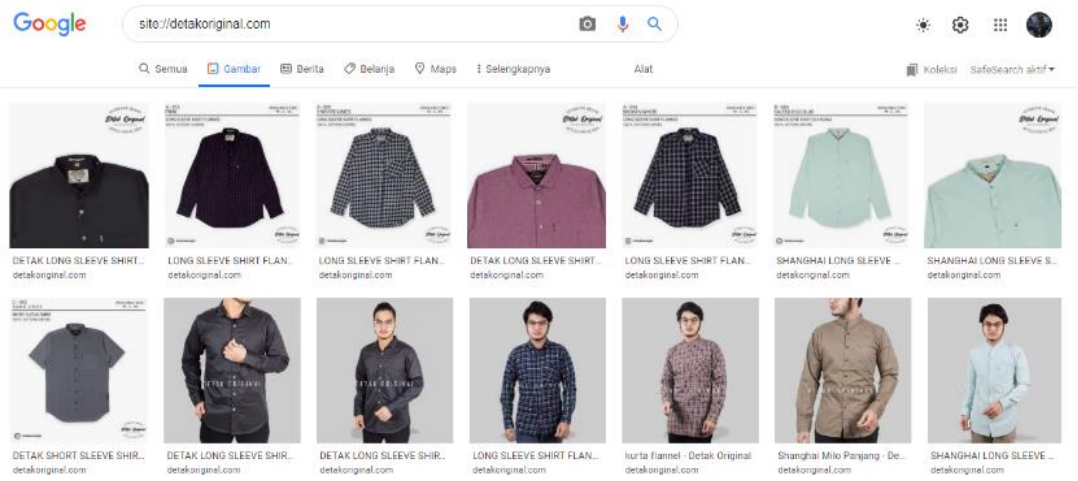
https://www.detakoriginal.com
Detak Original
Cotton mampu menyerap keringat dengan baik , terasa lembut jika bersentuhan dengan kulit , tidak terasa panas jika digunakan.

https://www.detakoriginal.com › ... Terjemahkan halaman ini
flannel - Detak Original
LONG SLEEVE SHIRT FLANNEL BROWN. Rp129,500. LONG SLEEVE SHIRT FLANNEL RED WHITE LINE. Rp129,500. LONG SLEEVE SHIRT FLANNEL ...

https://www.detakoriginal.com › shop
Shop - Detak Original
Beranda / Shop. Shop. Menampilkan 1–2 dari 105 hasil. Pengurutan standar, Urutkan berdasar tren, Urutkan berdasar rata-rata rating, Urutkan menurut yang ...

Gambar 14. Pengujian *Indexing* pada Mesin Pencari Google

.



Gambar 15. Pengujian *Indexing* Gambar pada Mesin Pencari Google

Hasil pencarian dengan keyword "kemeja pria detak original" tampil pada halaman 2 urutan 5 di mesin pencari Google pada tanggal 5 Juli 2021. Hasil ini terlihat pada gambar 16.

Gambar 16. Hasil Pencarian Dengan Keyword Kemeja pria detak original

4. CONCLUSION

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa dengan adanya *website E-Commerce* yang dirancang dengan 9 key pada *Business Model Canvas*, maka dapat meningkatkan penjualan pada Detak Original. Selain itu, dapat memudahkan calon pembeli untuk mengetahui detail produk, dengan adanya informasi detail produk di web sehingga pelanggan bisa

melihat lebih jelas jenis produk. Dan dengan adanya SKU/Kode Produk memudahkan admin membuat laporan produk dalam merekapitulasi laporan. Dengan adanya fitur-fitur yang tersedia pada *website E-Commerce* Detak Original, maka dapat melancarkan proses pembelian dan penjualan kemeja pada Detak Original. *Website E-Commerce* Detak Original, di desain dengan dilengkapi fitur-fitur seperti keranjang belanja, perhitungan ongkos kirim, petunjuk pembayaran transfer, dan lacak pesanan, serta notifikasi email yang diterima pelanggan. Sehingga proses pembelian dan penjualan jarak jauh, dapat berfungsi maksimal. Dengan memanfaatkan *keyword* yang tepat dan melakukan *maintance keyword* secara berkala, pada teknik SEO di *website E-Commerce* Detak Original, maka nama *website* Detak Original akan tampil di halaman pertama mesin pencari. Hal ini akan memaksimalkan promosi penjualan, sehingga produk yang diberikan harga promosi, akan terjual dengan cepat.

REFERENCES

[1] R. R. Rerung, *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Deepublish, 2018.

[2] E. Turban, J. Outland, D. King, J. K. Lee, T.-P. Liang, dan D. C. Turban, *Electronic Commerce 2018 : a Managerial and Social Networks Perspective*. Springer, 2017.

[3] V. Vysotska, V. B. Fernandes, dan M. Emmerich, "Web Content Support Method in Electronic Business Systems.," in *COLINS*, 2018, hal. 20–41.

[4] H. Stern, D. Damstra, dan B. Williams, *Professional WordPress : Design and Development*. Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing, 2010.

[5] E. Oley, S. R. Sentinuwo, dan A. A. E. Sinsuw, "Sistem Pemesanan Makanan Dan Minuman Berbasis Website (Studi Kasus Taipan Restoran)," *J. Tek. Elektro dan Komput.*, vol. 6, no. 4, hal. 159–170, 2017.

[6] Y. Yuliani, M. D. Syahrial, M. A. Ghani, Yusti Farlina, A. Wibowo, dan ..., "Perancangan Program E-Commerce Pakaian (Studi Kasus: Chinot Collection Sukabumi)," *J. Speed – Sentra Penelit. Eng. dan Edukasi*, vol. 13, no. 1, hal. 54–58, 2020, [Daring]. Tersedia pada: http://speed.web.id/jurnal/index.php/speed/article/view/683.

[7] S. Anwar, Y. D. Romadhoni, dan T. Murni, "Penerapan B2C Sistem Informasi E-Commerce Pada Toko Pakaian Gayaku," in *Konferensi Nasional Ilmu Sosial & Teknologi (KNiST)*, 2017, hal. 467–472.

[8] F. Alfiah *et al.*, "Perancangan Sistem E – Commerce Untuk Penjualan Pakaian Pada Toko A & S," vol. 6, no. 1, hal. 70–81.

[9] A. U. Hamdani dan A. Himawan, "Implementasi Model E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Pakaian Menggunakan Content Management System , Search Engine Optimization

Dan Strategi Marketing 4P," *Idealis*, vol. 3, no. 2, hal. 49–55, 2020.

[10] B. Huda dan B. Priyatna, "Penggunaan Aplikasi Content Management System (CMS) Untuk Pengembangan Bisnis Berbasis E-commerce," *Systematics*, vol. 1, no. 2, hal. 81, 2019, doi: 10.35706/sys.v1i2.2076.

[11] T. Al Mudzakir dan A. Bakar, "Desain Dan Implementasi Customer Relationship Management Berbasis Web (Studi Kasus : Toko Baju Ladya)," *Systematics*, vol. 2, no. 1, hal. 1, 2020, doi: 10.35706/sys.v2i1.3444.

[12] A. Osterwalder dan Y. Pigneur, *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons, 2010.