e-ISSN : 2654-3168
p-ISSN : 2654-3257

Perancangan *E-Commerce* pada Toko *Fadly Samyongers* Menggunakan *Business Model Canvas*(BMC) dengan Plugin Yoast untuk Optimasi *Search Engine Google*

Design of E-Commerce Fadly at Samyongers Store Using Business Model Canvas(BMC) with Yoast Plugin for Google Search Engine Optimization

Wishnu Krisnanto[1], Lis Suryadi[2]
Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260
E-mail: wsnajg86@gmail.com[1], lis.suryadi@budiluhur.ac.id[2]

Abstrak

Pandemi Covid-19 sejak April 2020 lalu berdampak pada semua sektor baik sektor manufaktur maupun sektor UMKM. Upaya pemulihan ekonomi nasional yang dilakukan pemerintah di masa pandemi Covid-19 adalah mendorong sektor UMKM untuk berkembang, menurunnya omset penjualan secara drastis dirasakan oleh pelaku usaha termasuk Toko Fadly Samyongers, toko ini berlokasi di Jl. Percetakan Negara IV B No.50, RT.9/RW.9, Johar Baru, Kec. Johar Baru, Kota Jakarta Pusat. Produk yang dijual berupa pakan ternak terutama pakan burung dan aksesoris lainnya. Sepinya pembeli yang datang ketoko merupakan masalahan yang dihadapi, akibatnya omset penjualan menurun, cakupan pasar yang terbatas dimana selama ini hanya mengandalkan pembeli yang berlokasi tidak jauh dari toko. berdasarkan permasalahan tersebut, penulis memberikan alternatif penyelesaian masalah yaitu dengan merancang model penjualan secara online melalu media internet berupa web e-commerce. Perancagan E-commerce dimulai dari analisa bisnis menggunakan Business Model Canvas(BMC), membuat proses bisnis dengan diagram Unified Modeling Language (UML) seperti activity diagram, usecase diagram, class diagram. Web dibangun menggunakan CMS wordpress dengan plugin Woocommerce. Untuk optimasi SEO menggunakan plugin Yoast SEO. Didalam web tersedia menu laporan yang dapat diakses pemilik usaha seperti menu laporan order, laporan pendapatan, laporan stock barang. Tujuan yang ingin dicapai yaitu meningkatkan omset penjualan, memperluas cakupan pasar dengan memanfaatkan teknologi e-commerce yang didukung oleh tehnik SEO yang baik.

Kata Kunci : Pandemi Covid-19, Toko Fadly Samyongers, E-commerce, BMC, Yoast SEO.

Abstract

The Covid-19 pandemic since April 2020 has had an impact on all sectors, both the manufacturing sector and the MSME sector. National economic recovery efforts carried out by the government during the Covid-19 pandemic are sectors that encourage MSMEs to develop, a drastic decline in sales was felt by business actors including Fadly Samyongers Shop, this store is located on Jl. State Printing IV B No.50, RT.9/RW.9, Johar Baru, Kec. Johar Baru, Central Jakarta City. The products sold are in the form of animal feed, especially bird feed and other accessories. The lack of shoppers who shop is a problem, due to decreased sales turnover, limited market coverage which so far only relies on buyers who

e-ISSN : 2654-3168
p-ISSN : 2654-3257

are located not far from the store. based on these problems, the authors write an alternative solution to the problem, namely by designing an online sales model through internet e-commerce web media. E-commerce design starts from business analysis using Business Model Canvas (BMC), creating business processes with Unified Modeling Language (UML) diagrams such as activity diagrams, use case diagrams, class diagrams. A website built using a wordpress CMS with the Woocommerce plugin. For SEO optimization use the Yoast SEO plugin. On the web there is a report menu that can be accessed by business owners such as order reports menus, income reports, inventory reports. The goal to be achieved is to increase sales turnover, expand market coverage by utilizing e-commerce technology supported by good SEO techniques.

Keywords : *Covid-19 Pandemic, Fadly Samyongers Store, E-commerce, BMC, Yoast SEO.*

PENDAHULUAN

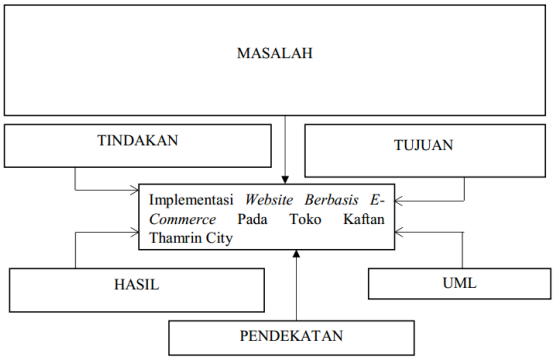
Perkembangan dunia maya atau yang lebih dikenal dunia internet. Seperti yang kita ketahui, telah berkembang dengan cepatnya dalam beberapa tahun ini. sistem perdagangan melalui internet atau yang lebih dikenal dengan istilah electronic commerce (e-commerce), E-commerce adalah suatu aktivitas perniagaan seperti layaknya perniagaan pada umumnya, hanya saja para pihak yang bertransaksi tidak bertemu secara fisik akan tetapi secara elektronik melalui media internet [1]. Salah satu bentuk dari e-commerce tersebut yaitu e-shop mempunyai banyak keuntungan yang didapat perusahaan saja tapi juga dari pelanggan. Bentuk-bentuk keuntungan yang didapat perusahaan antara lain, peluasan pasar keseluruh indonesia serta memercepat dan memperlancar penyampaian informasi sehinga orang-orang dapat lebih mengenal produk yang ditawarkan. Sedangkan keuntungan yang diperoleh pelanggan, mereka dapat dengan leluasa melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja serta dapat memperoleh informasi. Toko fadlysamyongers terletak dijalan percetakan negara 4, no. 50 RT 09 RW 09, kelurahan Johar Baru, Jakarta pusat. Proses penjualan barang yang dilakukan saat ini hanya mengandalkan pembali yang datang ketoko, namun tidak semua pembeli yang datang melakukan pembelian terkadang hanya bertanya-tanya saja, pembeli yang berkunjung juga orang-orang yang tinggal tidak jauh dari lokasi toko, sehingga volume penjualan yang terjadi masih kecil. Persaingan antar penjual termasuk menjadi faktor yang mempengaruhi penjualan. Pemilik sudah berusaha mencari solusi untuk meningkatkan volume penjualan dengan cara memasang iklan, seperti brosur, spanduk namun tidak bisa dilakukan sesering mungkin karena membutuhkan banyak biaya. Untuk mengatasi permasalahan ini penulis mencoba mencari solusi diantaranya membuat inovasi yaitu menambahkan dari proses bisnis konvensional yaitu melayani pembeli yang datang ke toko ditambah dengan proses penjualan secara elektronik memanfaatkan teknologi internet yang dapat melayani pembeli dari berbagai daerah di Indonesia dengan membuat E-Commerce berbasis web. Dengan adanya web E-Commerce pelangan dapat langsung melakukan pemesanan tanpa harus bertanya terlebih dahulu tentang produk dan harga karena pada sistem website ini memuat harga dari produk-produk yang tersedia. Jangkauan pasar menjadi luas, informasi ikan dan promosi dapat dipasang di halaman website sehingga tidak ada biaya untuk penasangan iklan.

e-ISSN : 2654-3168
p-ISSN : 2654-3257

METODE PENELITIAN

Langkah Penelitian yang dilakukan dimulai dari identifikasi masalah sampai hasil sebuah penelitian, yang membentuk sebuah alur yang sistematis. Hal ini bertujuan sebagai pedoman penulis dalam pelaksanaan penelitian ini agar hasil yang dicapai tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Gambar 2. Kerangka Penelitian



Masalah
Menguraikan permasalahan yang ada pada tempat riset secara detail.
Tindakan
Tindakan yang diambil oleh penulis untuk mengatasi masalah yang ada, maka dibuatkan website e-commerce untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.
Tujuan
Hasil akhir dari penelitian antara lain adalah untuk memperluas jangkauan pemasaran produk dengan maksimal dan meningkatkan presentase penjualan.
Hasil
Dengan adanya website e-commerce produk makin dikenal oleh calon pelanggan dan penjualan semakin meningkat.
UML
Diagram yang digunakan dalam penelitian adalah Activity Diagram, Use Case Diagram, Class Diagram, Interaction Flow Modelling Diagram, Sequence Diagram.
Pendekatan
Pendekatan yang digunakan oleh penulius adalah observasi, wawancara, analisa dokumen, studi literatur, Business Model Canvas

Berikut teknik Pengumpulan data yang digunakan.

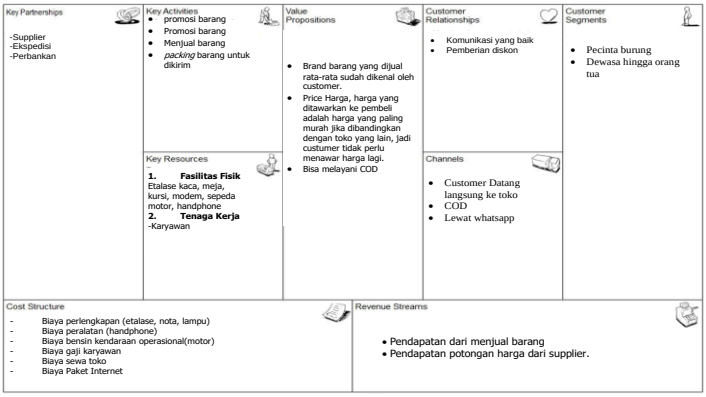
a. Wawancara, tahapan ini dilakukan dengan cara interview pemilik usaha guna mendapatkan informasi tentang proses bisnis berjalan,
b. Observasi, tahapan ini dilakukan dengan mengamati proses bisnis secara langsung, hasil penelitian mengetahui tentang urutan alur proses bisnis yang dilakukan Fadlysamyongers.
c. Analisa dokumen, tahapan ini melakukan pengumpulan dokumen yang digunakan pada proses bisnis berjalan,
d. Studi literatur, tahapan ini dilakukan dengan cara mempelajari jurnal-jurnal atau prosiding yang telah dipublikasikan yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

e-ISSN : 2654-3168
p-ISSN : 2654-3257

HASIL DAN PEMBAHASAN

Business Model Canvas merupakan kerangka kerja (*frame work*) untuk memetakan bisnis kita agar kinerjanya lebih optimal. Dalam hal ini, bagian-bagian yang penting akan diperhatikan[5]. Model bisnis Toko Fadly Samyongers dapat dipetakan seperti berikut ini:

Gambar 3. Business Model Canvas



Key Partnerships, supplier sebagai rekanan untuk membeli produk, ekspedisi untuk mengirim barang ke alamat pelanggan, perbankan untuk transaksi keuangan dan rekan kerja.

Key Activities yaitu melakukan promosi barang, menjual, *packing* barang untuk dikirim

Key Resources atau sumber daya yang dibutuhkan seperti karyawan, perlengkapan toko seperti etalase kaca, meja, kursi modem, sepeda motor, handphone

Value Proposition, nilai lebih yang dari produk antara lain brand yang dijual sudah dikenal oleh customer, dapat melayani penjualan dengan sistem COD, harga relative lebih murah.

Customer Relationship, toko berusaha semaksimal mungkin untuk menjaga hubungan baik dengan customer. Dapat dikatakan pula bahwa kategori customer relationships yang diterapkan adalah melayani customer dengan baik, berkomunikasi yang baik, pemberian diskon.

Channels

- Customer Datang langsung ke toko
- Lewat whatsapp

Customer Segments

- Pecinta burung
- Dewasa hingga orang tua

Cost structure yaitu semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. menyeimbangkan antara cost driven dan value driven. Biaya yang dikeluarkan oleh Toko yaitu:

- Biaya perlengkapan (etalase, nota, lampu), Biaya peralatan, Biaya bensin kendaraan operasional(motor), Biaya gaji karyawan, Biaya sewa took, Biaya Paket Internet

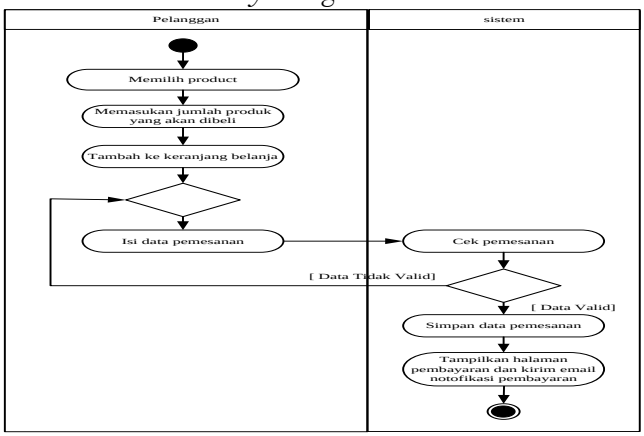
Revenue Streams merupakan pendapatan yang yaitu pendapatan dari menjual produk dan pendapatan potongan harga dari supplier.

e-ISSN : 2654-3168
p-ISSN : 2654-3257

Proses Bisnis

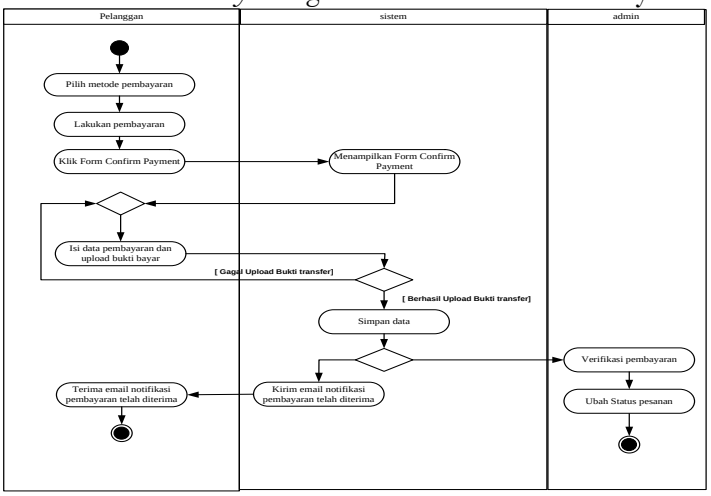
Analisa proses bisnis menjelaskan uraian proses yang digambarkan dengan diagram activity, yang termasuk dari diagam pada *Unified Modeling Language(UML), UML sebagai* teknik pengembangan sistem yang menggunakan bahasa grafis sebagai alat untuk pendokumentasian dan melakukan spesifikasi pada sistem[2].

Gambar 4. *Activity Diagram* Pemesanan Produk



Pemesanan produk dimulai dari C*ustomer* membuka *website* kemudian melakukan login, lalu memlih kategori dan memilih produk yang diinginkan, selanjutnya *customer* memasukan jumlah produk, lalu menambahkanya ke keranjang, selanjutnya pilih order lalu sistem akan menyimpan pesananya. *Customer* melakukan pembayaran lalu memilih menu konfirmasi pembayaran lalu memasukkan bukti pembayaran yang sudah dilakukan sebelumnya kemudian pilih kirim.

Gambar 5. *Activity Diagram* Konfirmasi Pembayaran

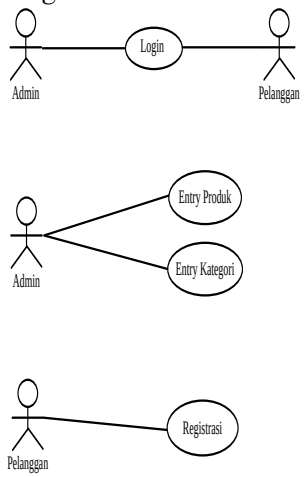


Use Case Diagram

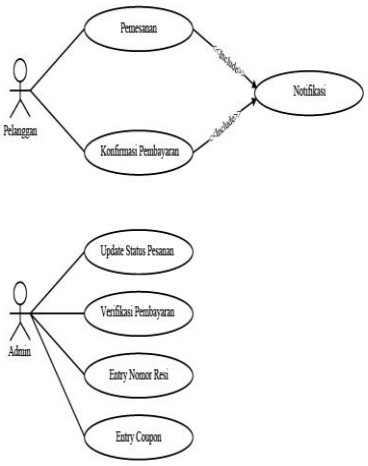
Use case diagram yaitu *diagram* yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antara sistem dengan aktor[2].

e-ISSN : 2654-3168
p-ISSN : 2654-3257

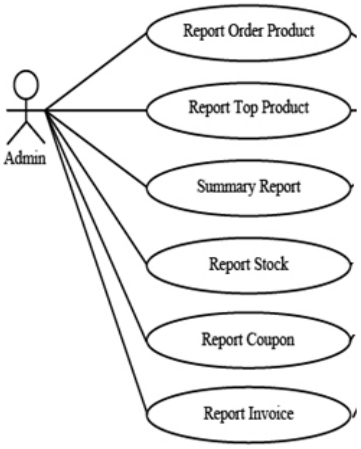
Gambar 6. Use Case Diagram Master Admin



Gambar 7. Use Case Diagram Transaksi Admin



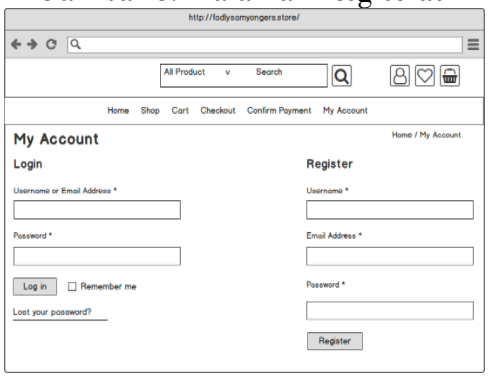
Gambar 8. Use Case Diagram Master Pelanggan



User Interface

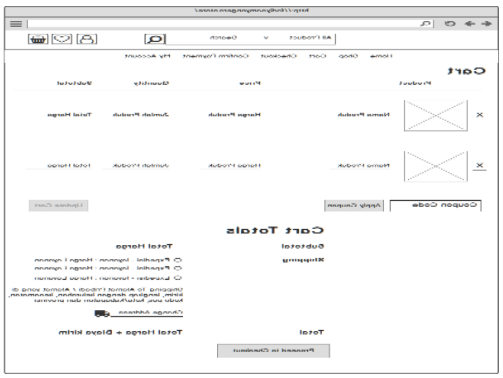
Cara program dan pengguna untuk berinteraksi. Istilah user interface kadang digunakan sebagai pengganti istilah Human Computer Interaction, dimana semua aspek dari interaksi pengguna dan komputer[3].

Gambar 8. Halaman Registrasi



Halaman ini berfungsi untuk registrasi akun pengguna

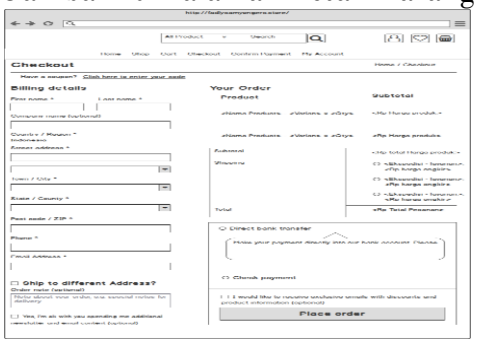
Gambar 9. Halaman Cart



Halaman ini berfungsi menampilkan keranjang belanja

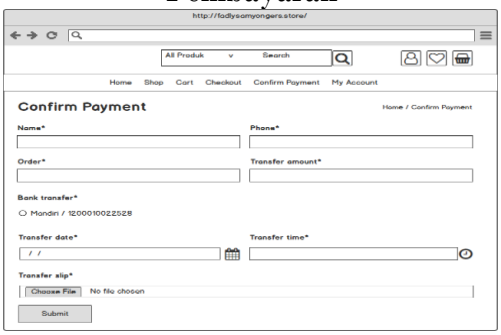
e-ISSN : 2654-3168
p-ISSN : 2654-3257

Gambar 10 Halaman Pesan Barang



Halaman ini berfungsi untuk memasukan inforasi data pemesanan

Gambar 11 Halaman Konfirasi Pembayaran

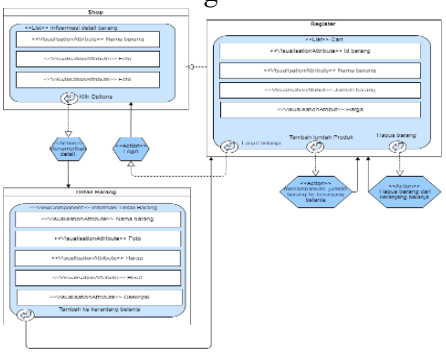


Halaman ini berfungsi untuk melakukan konfirmasi pembayaran

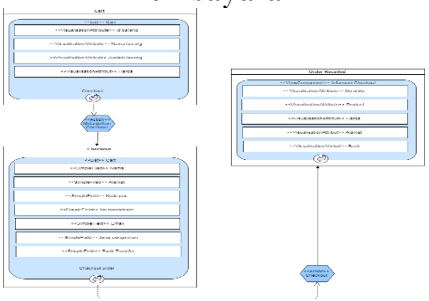
Diagram IFML

Pada dasarnya, IFML merupakan sekumpulan elemen visual yang mewakili interaksi pengguna dan perilaku FrontEnd[4]. Pada gambar hanya ditampilkan diagram ifml proses order dan diagram ifml proses konfirnasi pembayaran.

Gambar 12 Diagram IFML Order



Gambar 13 Diagram IFML Konfirmasi Pembayaran

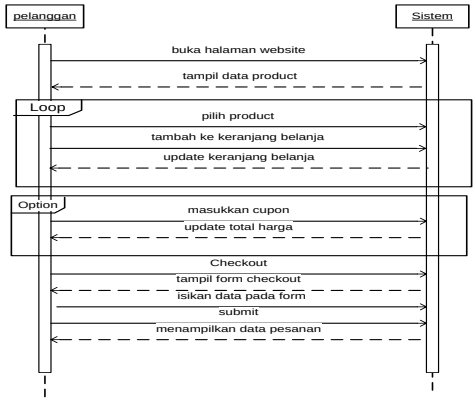


Sequence Diagram

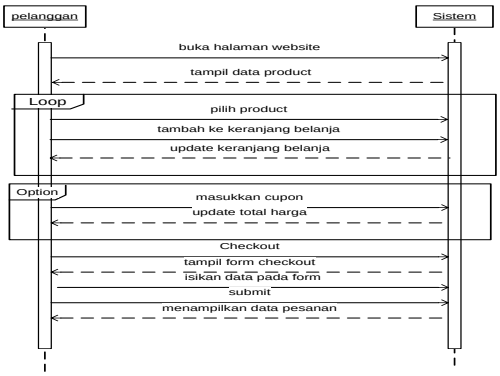
System Sequence Diagram (SSD) adalah diagram yang digunakan untuk mendefinisikan *input* dan *output* serta urutan interaksi antara pengguna dan sistem untuk *use case* [2].

e-ISSN : 2654-3168
p-ISSN : 2654-3257

Gambar 14 *Sequence Diagram* Pemesanan *(Order)*



Gambar 15 Sequence Diagram Konfirmasi Pembayaran (Confirm Payment)



Tehnik SEO

SEO merupakan serangkaian teknik yang dilakukan agar website dapat dengan mudah ditemukan oleh pencari informasi melalui *search engine*[6]. Dengan strategi SEO website bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas yang mengakses internet. Langkah-langkah tehnik SEO yang dilakukan sebagai berikut:

a. SEO dalam Title dan Meta Description dengan Plugin YoastSEO, menulis deskripsi meta produk salah satu tahap kedua dari pencarian kata kunci, Deskripsi meta produk adalah isi dari konten produk yang tampilkan.
b. Implementasi Google My Business

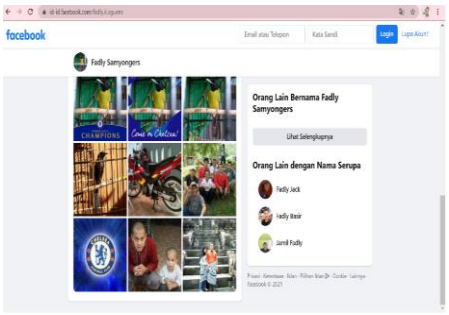
Google My Business sebagai tools dari Google diluncurkan untuk mempermudah calon pelanggan memperoleh informasi bisnis kita.

Gambar 17. Implementasi Google My Business

Strategi Marketing

Selain memaksimalkan SEO, langkah lain yang dilakukan yaitu melakukan promosi, strategi yang digunakan strategi 4P melibatkan Product, Price, Promotion, dan Place.

Gambar 18. Media Sosial Facebook



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

a. Dengan *e-commerce* jangkauan pasar lebih luas sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.
b. Promosi toko dan produk sudah menggunakan website milik sendiri sehingga dapat mengurangi biaya untuk promosi.
c. Dengan e-commerce maka dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan dapat bersaing dengan toko lain untuk mendapatkan calon pembeli.
d. Dengan tersedianya informasi berupa laporan yang disediakan pada halaman website maka pemilik toko dapat mengakses informasi itu kapan pun dimana pun.

Penulis memiliki saran-saran yang perlu diperhatikan agar dapat menggunakan dan menjalankan sistem *E-commerce* pada toko Fadlysamyongers secara baik dan maksimal, diantaranya adalah:

DAFTAR PUSTAKA

[1] Dewi, G., dkk, 2018. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Depok: Prenadamedia Group.
[2] Mulyani, S., dkk, 2019. *Sistem Informasi Akuntansi: Aplikasi Di Sektor Publik*, Bandung: Unpad Press.
[3] Lastiansah, Sena. 2012. *Pengertian User Interface*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
[4] P. Brambilla, M & Fraternali, 2014. I*nteraction Flow Modeling Language : Model-Driven UI Engineering of Web and Mobile Apps with IFML*. Amsterdam: Elsevier Science.
[5] Royan, F.M., 2014, *Bisnis Model Kanvas Distributor*, Jakarta: Gramedia
[6] Pustaka.UtamaRahman, S, 2018, *Buku Sakti SEO WordPress dan Joomla*, Jakarta:PT Elex Media Komputindo.