

Penerapan *E-Commerce* Berbasis Web Dengan *Business Model Canvas* (BMC) pada Toko Indah Fashion ITC Cempaka Mas

Eldo Nur Muhamad^{1*}, Anita Diana²

^{1,2}Fakultas Teknologi Infomasi, Program Studi Sistem Infomasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

Email: ^{1*}1812501755@student.budiluhur.ac.id, ²anita.diana@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak- Toko Indah Fashion merupakan toko yang bergerak di bidang penjualan celana panjang maupun pendek yang berlokasi di ITC Cempaka Mas. Toko Indah Fashion adalah salah satu toko yang ramai dikunjungi pada saat sebelum pandemi COVID-19. Namun, karena situasi dan kondisi pandemi COVID-19, saat ini toko Indah Fashion mengalami penurunan jumlah penjualan. Karena toko ini hanya melayani penjualan *offline* atau toko fisik saja. Dalam mengembangkan usahanya, Toko Indah Fashion merasa sistem bisnis yang berjalan saat ini masih kurang optimal dan berkeinginan memiliki media promosi produk dan transaksi jual beli tanpa harus terkendala dengan waktu dan jarak. Kendala yang dihadapi adalah, karena toko fisik hanya berada di satu tempat saja dan banyak pedagang yang menjual jenis produk serupa, maka potensi mendapatkan pelanggan baru berkurang dikarenakan potongan harga hanya diberikan kepada pelanggan lama. Penelitian ini bertujuan untuk membuat dan mengembangkan sebuah *website e-commerce* menggunakan metode *Content Management System (CMS) wordpress* serta menggunakan teknik *Search Engine Optimization (SEO)* agar *website* berada dihalaman awal pada mesin pencari. Oleh karena itu kehadiran sistem *e-commerce* sebagai media transaksi baru ini akan menguntungkan berbagai pihak, baik pihak *customer* maupun pihak penjual. Berdasarkan masalah pada toko ini maka diperlukan sebuah *website e-commerce* untuk membantu memecahkan permasalahan yang dihadapi. Metode yang digunakan dalam membangun bisnis E-Commerce baru adalah metode *Business Model Canvas (BMC)*, dan perancangan sistem menggunakan UML dan *website* dengan *Content Management System (CMS)* berbasis Wordpress. Dengan adanya sebuah *website e-commerce* dapat memudahkan untuk mendapatkan laporan transaksi penjualan dan meningkatkan jumlah pelanggan dengan penjualan secara *online* pada toko ini.

Kata Kunci: *e-commerce*, celana jeans, *business model canvas (BMC)*, *CMS*, *SEO*

Implementation of Web-Based E-Commerce With Business Model Canvas (BMC) at Indah Fashion Store ITC Cempaka Mas

Abstract- Indah Fashion Store is a store that sells trousers and shorts, located at ITC Cempaka Mas. Indah Fashion Store is one of the most visited shops before the COVID-19 pandemic. However, due to the COVID-19 pandemic situation and conditions, Indah Fashion stores are currently experiencing a decline in sales. Because this store only serves offline sales or physical stores. In developing its business, Indah Fashion store feels that the current business system is still not optimal and wants to have product promotion media and buying and selling transactions without having to be constrained by time and distance. The obstacle faced is that, because the physical store is only in one place and there are many traders who sell similar types of products, the potential for getting new customers is reduced because discounted prices are only given to old customers. This study aims to create and develop an e-commerce website using the WordPress Content Management System (CMS) method and using Search Engine Optimization (SEO) techniques so that the website is on the first page of search engines. Therefore, the presence of an e-commerce system as a new transaction medium will benefit various parties, both the customer and the seller. Based on the problem at the Indah Fashion store, an e-commerce website is needed to help solve the problems faced. 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 a Wordpress-based Content Management System (CMS). With the existence of an e-commerce website, it can make it easier to get sales transaction reports and increase the number of customers by selling online at the Indah Fashion store.

Keywords: *e-commerce*, jeans, *business model canvas (BMC)*, *CMS*, *SEO*

1. PENDAHULUAN

Electronic commerce atau *E-commerce* adalah sebuah model bisnis dimana aktivitas transaksi dilakukan secara online melalui layanan jaringan internet. *E-commerce* yang merupakan sebuah kebutuhan untuk meningkatkan serta memenangkan persaingan bisnis dan penjualan produk/jasa. pembelian, penjualan, dan pemasaran barang yang dilakukan melalui sistem elektronik, seperti melalui internet, televisi, dan jaringan komputer. *E-Commerce* sendiri juga menguntungkan banyak pihak, seperti pihak konsumen, produsen, dan penjual. Dengan media ini memudahkan transaksi yang dapat dilakukan secara efektif dan efisien.

Toko Indah Fashion merupakan toko yang bergerak pada penjualan celana panjang maupun pendek yang berlokasi di ITC Cempaka Mas. Pada situasi dan kondisi pandemi COVID-19 saat ini Toko Indah Fashion mengalami penurunan dalam penjualan barang dagangan. Masalah yang ada, antara lain Toko fisik hanya berada di satu tempat saja yang menyebabkan jangkauan area pemasaran terbatas yang terjadi adalah pelanggan biasanya

berasal dari area toko saja. Masalah lain berkurangnya potensi mendapatkan pelanggan baru dikarenakan potongan harga hanya diberikan kepada pelanggan lama. Dikarenakan belum memiliki media promosi digital yang dimiliki oleh toko. Masalah lainnya adalah toko fisik berada di area yang cukup strategis pada lingkungan celana jeans menyebabkan banyak pedagang yang menjual jenis produk serupa hal ini dapat menimbulkan persaingan bisnis yang sangat kompetitif.

Berdasarkan masalah pada toko Indah Fashion maka diperlukannya sebuah *website e-commerce* untuk membantu memecahkan permasalahan tersebut agar memudahkan *admin* untuk mendapatkan informasi laporan dimanapun, kapanpun pada saat diinginkan, meningkatkan jumlah pelanggan dan memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi tanpa harus datang ke toko secara langsung. Dengan adanya sebuah *website e-commerce* dapat memudahkan untuk mendapatkan laporan transaksi penjualan dan meningkatkan meningkatkan jumlah pelanggan dengan penjualan secara *online* pada toko Indah Fashion.

Untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam mengenai penelitian serupa, maka dilakukan studi literatur. Studi literatur dilakukan dengan mengambil topik yang sama yaitu *ecommerce* pada toko fashion. Hal ini bertujuan agar dapat membandingkan penelitian yang dilakukan dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan.

Pada studi literatur sebelumnya [1] yang berjudul “Perancangan Aplikasi Web Penjualan Pakaian Muslim,” disebutkan bahwa Permasalahan yang terdapat pada penelitian tersebut yaitu proses penjualan masih menggunakan sistem manual, proses penjualan barang dilakukan dengan menulis di buku penjualan atau nota, pelanggan masih harus datang ke toko untuk bertransaksi. Pada penelitian tersebut menggunakan metode *waterfall*, observasi, wawancara, ERD, serta menggunakan bahasa pemrograman PHP. Tujuan dari penelitian tersebut adalah pelanggan dapat mengetahui informasi produk tanpa harus datang ke toko, mempermudah dan mempercepat dalam transaksi jual beli dan memperluas wilayah pemasaran..

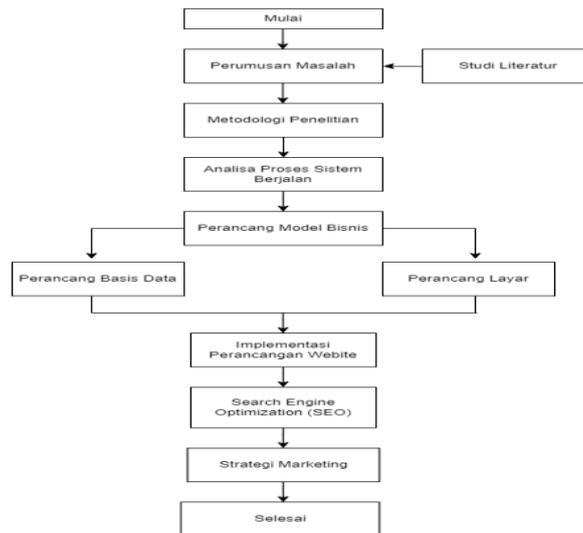
Pada salah satu studi literatur terkait [2] yang berjudul “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis *E-Commerce* Studi Kasus Toko Kun Jakarta” dijelaskan bahwa Permasalahan yang terdapat pada penelitian tersebut adalah proses penjualan dilakukan secara konvensional dimana pelanggan harus datang langsung ke toko untuk membeli, jangkauan promosi kurang luas dan penyimpanan data dan pencetakan laporan masih menggunakan pencatatan manual. Metode yang digunakan pada penelitian tersebut adalah menggunakan model *waterfall*, UML dan ERD. Tujuan penelitian tersebut adalah dapat memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan barang secara *online*, jangkauan promosi lebih luas, serta dapat mempermudah dalam penyimpanan data dan pencetakan laporan. Tujuan penelitian ini adalah menghasilkan sistem informasi penjualan berbasis *ecommerce* yang nantinya dapat membantu dalam pengolahan data, promosi dan transaksi yang dilakukan melalui media *website ecommerce*.

Dalam penelitian sebelumnya [3] yang berjudul “Rancang Bangun Sistem E-Commerce pada Toko Pakaian Richsunday Pekanbaru menggunakan Metode Prototype” merupakan perusahaan brand clothing asal kota Pekanbaru, Richsunday memiliki masalah Dalam proses penjualan online karena dalam pemesanan produknya pelanggan menggunakan aplikasi Instagram dan jika ingin bertanya informasi ukuran dan stok pakaian akan dialihkan ke aplikasi WhatsApp. Penelitian ini menyajikan sebuah aplikasi *ecommerce* pada toko Richsunday. Aplikasi ini dibangun menggunakan PHP dan MySQL sebagai database. Sistem ini akan memanfaatkan metode Prototyping. Aplikasi ini diuji dengan pengujian Black Box Testing yang menghasilkan bahwa sistem telah sesuai dengan fungsinya. Dan pengujian menggunakan UAT dan Usability Testing yang menghasilkan nilai 97%. artinya sistem informasi *ecommerce* dapat berfungsi dengan baik. Sehingga dengan adanya sistem ini mampu memberikan kemudahan kepada toko pakaian Richsunday dalam pelayanan transaksi penjualan kepada pelanggan toko Richsunday.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Tahapan Penelitian menjelaskan secara menyeluruh mengenai alur penelitian yang dilakukan penulis saat ini yang digambarkan dengan menggunakan sebuah diagram. Tahapan penelitian diawali dengan melakukan perumusan berdasarkan studi literatur yang berkaitan dengan yang ada pada Toko Indah Fashion. Langkah selanjutnya mencari metode penelitian yang tepat untuk menyelesaikan masalah yang ada pada Toko Indah Fashion. Setelah itu dilakukan Analisa proses sistem berjalan yang bertujuan untuk mengetahui alur sistem yang telah ada pada toko tersebut salah satunya dengan mewawancarai pemilik toko. Setelah dilakukan analisa lalu penulis merancang model bisnis yang dapat memaksimalkan kinerja toko tersebut dengan menggunakan *Business Model Canvas*. Setelah itu dilakukan lah perancangan layar dan perancangan basis data *website e-commerce* yang nantinya akan menyelesaikan permasalahan yang ada pada Toko Indah Fashion. Dalam penulisan ini penulis menggunakan teknis SEO untuk mempengaruhi ranking situs pada mesin pencari. Setelah perancangan layar selesai lalu masuk kepada tahap strategi *marketing* yang digunakan untuk membuat *website* tersebut dapat muncul pada halaman awal *Google* memakai Yoast SEO. Berikut adalah Tahapan Penelitian yang dibuat dalam penelitian ini yang dapat dilihat pada Gambar 1:



Gambar 1 Tahapan Penelitian

2.2 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data untuk menyelesaikan penelitian ini yaitu:

- Observasi, pada tahap ini, kegiatan yang dilakukan adalah mengamati dan melihat langsung bagaimana proses untuk mendapatkan data yang dibutuhkan pada Indah Fashion yang berlokasi di ITC Cempaka MAS Blok L lantai 2 No.1.011, Kec.Kemayoran, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. mulai dari proses pemesanan, produk apa saja yang dijual disana, serta mengamati karyawan dalam menyajikan informasi produk kepada pelanggan.
- Wawancara, tahap ini penulis melakukan wawancara kepada pemilik kedai yang bernama Bapak Syafruddin selaku pemilik Toko Indah Fashion, bagaimana tahapan proses penjualan pada toko ini, mulai dari proses pemesanan, pengiriman pesanan, dan data produk.
- Studi Literatur, teknik ini dengan melakukan studi dari literatur dan berbagai macam sumber serta referensi yang sesuai dengan permasalahan yang ditemukan. Studi ini dilakukan melalui jurnal serta tugas akhir mahasiswa Universitas Budi Luhur serta universitas lain yang sudah lulus, yang dijadikan sebagai acuan pada kegiatan penelitian ini.

2.3 Fishbone Diagram

Mengutip dari penelitian yang sudah dilakukan [4] *fishbone diagram* adalah salah satu metode dari *Seven Quality Tools* yang digunakan untuk mencari penyebab dari timbulnya suatu masalah.

2.4 Perancangan Bisnis

Pada publikasi [5] disebutkan, bahwa *Business Model Canvas* (BMC) adalah alat pembuat model bisnis yang kini sangat populer dalam dunia kewirausahaan karena kemampuannya dalam menggambarkan elemen inti dalam sebuah bisnis yang dituangkan dalam satu lembar kanvas. Dalam mengembangkan *e-commerce* pada Indah Fashion ini, penulis menggunakan metode *Business Model Canvas* yang bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisa dan mengembangkan model bisnis pada Indah Fashion. *Business Model Canvas* memiliki sembilan komponen yang terdiri dari *customer segments*, *value proposition*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnership* dan *cost structure*.

2.5 Analisis Perancangan Sistem

Pada penelitian [6] mengungkapkan Tahapan perancangan memiliki tujuan untuk mendesign sistem baru yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan yang diperoleh dari pemilihan *alternative sistem* yang terbaik. Analisis Perancangan Sistem adalah hasil analisa pada sistem berjalan saat ini, sehingga dapat menghasilkan sebuah model sistem baru yang diusulkan.

Pada publikasi sebelumnya [7] salah satu *tools* untuk merancang pengembangan *software* yang berbasis *object-oriented* adalah UML. Diagram UML antara lain:

- Activity Diagram*, kumpulan aksi-aksi yang menunjukkan aktifitas dari sistem.
- Use Case Diagram*, gambaran dari *external view* dari sistem yang akan dibuat modelnya.
- Class Diagram*, suatu set objek yang mempunyai perilaku dan atribut yang sama.

2.6 E-Commerce

Pada publikasi [8] Menjelaskan bahwa *e-commerce* adalah salah satu media perantara transaksi bisnis secara elektronik dengan komputer yang banyak digunakan untuk melakukan proses jual-beli antara konsumen ke perusahaan maupun ke perusahaan yang lain.

Pada penelitian [9] WooCommerce adalah plugin WordPress populer untuk membangun situs web *e-commerce*. Plugin ini mengubah CMS *WordPress* Anda menjadi platform *e-commerce* yang kuat. WooCommerce berjalan di salah satu CMS terbaik, WordPress, sehingga memiliki berbagai fitur dan fungsionalitas. Tentu saja, ini membuat WooCommerce sangat fleksibel dan mudah beradaptasi.

2.7 Search Engine Optimization

Berdasarkan publikasi yang lain [10] dijelaskan bahwa SEO atau *Search Engine Optimization* merupakan teknik pencarian yang menggunakan kata kunci atau frase yang berisi indikator yang terkandung dalam halaman-halaman web, informasi tersebut akan diindeks oleh mesin pencari. Pada SEO terdapat 2 macam teknik yaitu SEO *On Page* dan SEO *Off Page*. SEO *On Page* adalah teknik-teknik yang digunakan pada halaman *website* dengan cara memodifikasi bagian - bagian pada *website* seperti *content*, *link*, *tag*, dan kata kunci (*keyword*), sedangkan SEO *Off Page* adalah teknik yang dilakukan di luar *website* seperti *inbound link/backlink* hingga *share* di media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lain - lain.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Masalah

3.1.1 Fishbone Diagram

Analisa masalah *Fishbone Diagram* terdiri dari kategori *Promotion*, *Place* dan *people*. Masing-masing Kategori memiliki sebab (*cause*) dan akibat (*Effect*). Kategori *Promotion* belum memiliki media promosi digital (*cause*), sulit untuk memasarkan produk (*Effect*). Kategori *Place* toko fisik hanya berada di satu tempat saja (*cause*), jangkauan area pemasaran terbatas yang terjadi adalah pelanggan biasanya berasal dari area toko saja (*effect*). Kategori *People* Berkurangnya potensi mendapatkan pelanggan baru dikarenakan potongan harga hanya diberikan kepada pelanggan lama (*cause*), Dikarenakan belum memiliki media promosi digital yang dimiliki oleh toko (*effect*).



Gambar 2. Fishbone Diagram toko Indah Fashion



Gambar 3. Bussiness Model Canvas toko Indah Fashion

3.2 Bussiness Model Canvas

Business Model Canvas yang terdapat pada toko Indah Fashion adalah seperti pada gambar 3. Berdasarkan Gambar 3, berikut adalah penjelasan 9 kanal BMC Toko Indah Fashion:

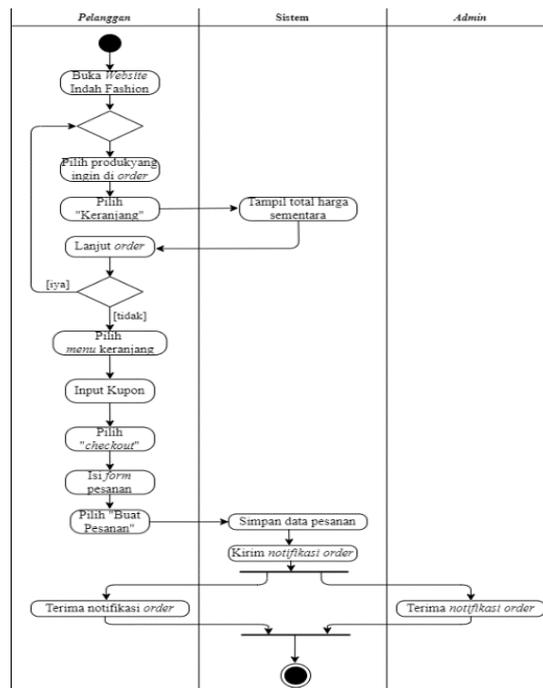
- Value Proposition**, nilai-nilai yang ditawarkan oleh toko Indah Fashion dalam menjalankan bisnisnya adalah menjual celana jeans dengan bahan berkualitas tinggi, terdapat berbagai macam jenis pilihan dengan model terbaru untuk celana jeans, menjual celana jeans dengan harga murah terjangkau, dan menjual celana jeans dalam eceran atau grosir.
- Customer Segment**, *costumer segments* yang ditargetkan sebagai calon *customer* untuk toko Indah Fashion diantaranya pecinta celana jeans, usia remaja 12 - 25 tahun, dan dewasa 26 - 45 tahun, dan bagi yang mempunyai selera penampilan modis ataupun penampilan profesional.
- Customer Relationship**, berikut adalah cara Indah Fashion untuk menjalin ikatan dengan calon *customer* yaitu pelayanan dengan cara bersahabat dan sangat membantu dalam pembelian, dan ramah, respon cepat pada saat jam kerja, pada pukul 8 pagi sampai jam 8 malam, dan ramah dalam membalas merespon, dan memberikan potongan harga melalui kupon pada penjualan di website.
- Channels**, *channels* yang digunakan toko Indah Fashion adalah toko fisik dan *website e-commerce*.
- Key Activities**, cara Indah Fashion untuk menjalin hubungan dengan pihak yang berkaitan untuk mendukung produktivitas bisnis kegiatan utama yaitu menyediakan tempat dan peralatan untuk produk, membeli celana

jeans dari *supplier*, mengemas dan mengirimkan produk yang dibeli, dan *upload* dan *update* produk di *website*.

- f. *Key Resources*, berikut adalah cara Indah Fashion merencanakan sumber daya untuk mewujudkan keberhasilan dalam memproduksi produk: karyawan *packing* dan toko, dan *website e-commerce*.
- g. *Key Partners*, cara untuk menjalin kerjasama dalam menjalankan bisnis pada Indah Fashion yaitu *supplier* celana, pihak ekspedisi, penyedia *hosting* dan *domain*, dan pihak bank sebagai penyedia jasa transfer pembayaran.
- h. *Revenue Streams*, berikut adalah sumber – sumber pendapatan yang ada pada Indah Fashion selain dari penjualan yang berfokus pada *customer*: penjualan produk secara *offline*, dan penjualan produk dari *website*.
- i. *Cost Structure*, daftar struktur biaya yang dikeluarkan Indah Fashion untuk menunjang dalam menjalankan bisnis nya sebagai berikut: biaya gaji karyawan, biaya koneksi internet, biaya sewa tempat, biaya *Hosting* dan *Domain*, dan biaya pembelian dari *supplier*.

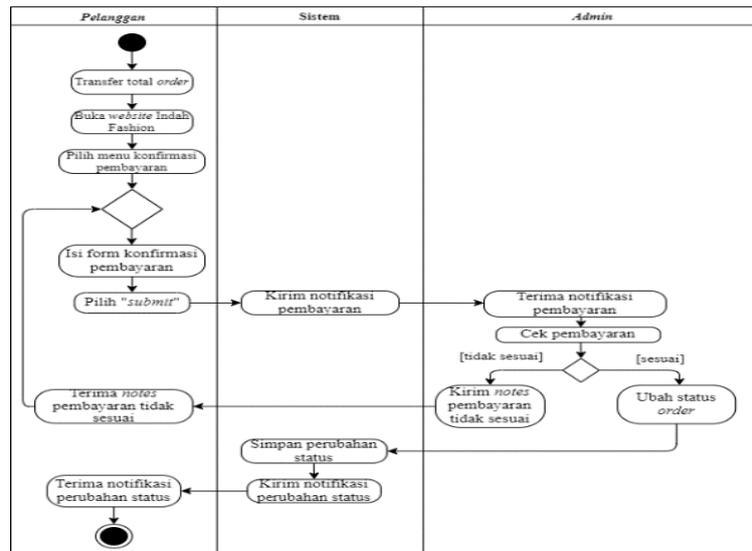
3.3 Activity Diagram

Berikut adalah *activity diagram* proses pemesanan barang pada website toko Indah Fashion. *Pelanggan* akan membuka halaman *website* Indah Fashion untuk melihat an atau *flashdeal* yang ada. Kemudian *pelanggan* yang sudah melihat dan tertarik untuk *order* akan memilih produk yang diminati. Setelah itu produk yang dipilih akan masuk kedalam keranjang sementara dan *pelanggan* akan memilih menu “keranjang”. Dan sistem akan menyimpan produk yang telah dipesan ke keranjang yang sudah di pesan. Apabila *Pelanggan* ingin menambahkan *order* akan melanjutkan memilih produk yang tersedia. Dan jika tidak *pelanggan* akan memilih menu “keranjang” kembali, untuk memilih tombol “*checkout*” pemesanan. Kemudian *pelanggan* akan mengisi *form* pesanan, setelah mengisi semua form dengan benar, *pelanggan* pilih tombol “*buat pesanan*”. Sistem akan menyimpan data pesanan dan mengirim notifikasi *order* ke *pelanggan* dan *admin*. Kegiatan proses bisnis pemesanan produk dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Activity Diagram Pemesanan Barang

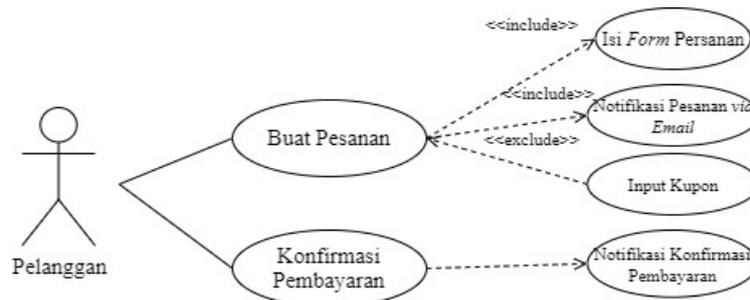
Berikut adalah *activity diagram* proses konfirmasi bayar pada website toko Indah Fashion. *Pelanggan* akan melakukan transfer total yang sudah di order dan setelah itu *pelanggan* membuka website Indah Fashion. Setelah itu pilih menu konfirmasi pembayaran dan mengisi form pembayaran. Setelah mengisi form pembayaran *pelanggan* akan memilih tombol “*submit*”. Dan sistem akan menerima dan mengirim notifikasi pembayaran ke admin. Admin akan menerima notifikasi pembayaran dan melakukan cek pembayaran. Jika tidak sesuai maka admin akan mengirimkan notes pembayaran ke *pelanggan*. *Pelanggan* akan menerima notifikasi dan isi form konfirmasi pembayaran kembali. Jika sesuai admin akan mengubah status order melalui sistem, sistem akan menyimpan perubahan status pembayaran. Sistem akan mengirim notifikasi perubahan status ke *pelanggan* dan *pelanggan* akan menerima notifikasi perubahan status. Kegiatan proses bisnis konfirmasi pembayaran dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Activity Diagram Proses Konfirmasi Pembayaran

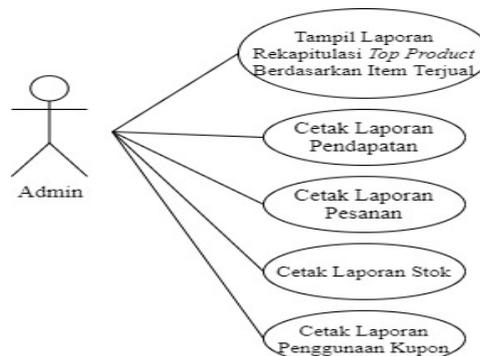
3.4 Use Case Diagram

Use case diagram transaksi pelanggan berisi kegiatan yang dilakukan pelanggan yang berkaitan dengan pembelian produk yaitu, buat pesanan lalu mengisi form pesanan, lalu mengiri form pesanan, konfirmasi pembayaran kemudian pelanggan akan menerima email notifikasi. Use case diagram ini dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6. Use Case Diagram Transaksi Admin

Use case Diagram Laporan berisi tampil laporan rekapitulasi top product berdasarkan item terjual, cetak laporan pendapatan, cetak laporan pesanan, cetak laporan stok, cetak laporan penggunaan kupon. Use case diagram ini dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 7. Use Case Diagram Laporan Admin

3.5 Class Diagram

Pada gambar 8 merupakan class diagram yang ada pada website Indah Fashion, ada 11 class diagram yang saling berhubungan. Berikut adalah class diagram pada toko Indah Fashion.

c. Search Engine Optimization

SEO merupakan salah satu point penting dalam pembangunan suatu website. Jika pengguna menggunakan SEO maka dapat berpengaruh pada jumlah pengunjung website sehingga pengunjung dapat bertambah serta dapat membantu meningkatkan penjualan pada sebuah webiste.

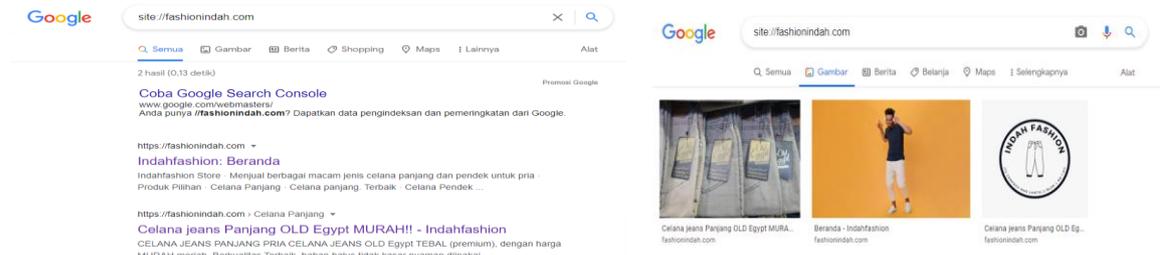
Penggunaan strategi SEO pada Indah Fashion yang di gunakan adalah SEO on page, SEO on page bisa membuat tampilan website menjadi lebih menarik dan lebih mudah digunakan oleh para pengunjung. Dengan informasi yang tepat dan sesuai bisnis serta adanya optimasi halaman website, konten dalam bentuk artikel, hingga landing page, maka orang akan jauh lebih mudah mengenal bisnis Indah Fashion. Berikut strategi SEO on page yang digunakan pada website Indah Fashion:

a. Analisa SEO

- 1) Kata kunci yang digunakan untuk SEO pada website saya Indah Fashion adalah Celana Jeans Panjang OLD egypt
- 2) Indah Fashion dibangun menggunakan Wordpress, maka SEO yang digunakan, adalah dengan menggunakan tag meta HTML
- 3) Tag meta yang digunakan adalah Title dan Description. Pada setiap title dan Description Halaman Wordpress Indah Fashion di Tambahkan kata kunci, agar terbaca oleh Google
- 4) Metadeskripsi, Indah Fashion adalah salah satu diantaranya yang menjual Celana jeans panjang maupun pendek yang berkualitas.

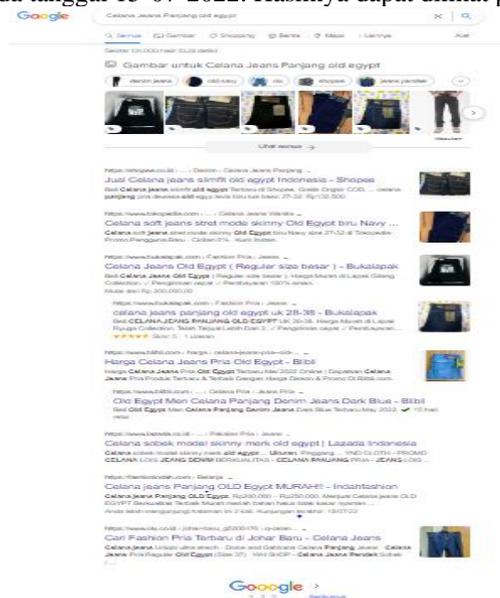
d. Hasil Pengujian Index Mesin Pencari Google

Setelah dilakukannya pengoptimasian pada *Search Engine Optimization*, konfigurasi ke *Google Search Console*, mengatur XML *Sitemaps*, dan mengindex *web* di Google Search Console, langkah selanjutnya adalah dilakukan pengujian apakah *website* telah terindeks atau belum. Pengujian dilakukan dengan cara mengetik site://fashionindah.com pada kolom pencarian *google*. Hasil pengujian bisa dilihat pada gambar 13.



Gambar 13. Hasil Pengujian Indeks Pada Pencarian Google

Dibawah ini adalah hasil dari penggunaan strategi SEO yang telah diimplementasikan pada penelitian ini, Dengan hasil yang dilakukan pada tanggal 15-07-2022. Hasilnya dapat dilihat pada gambar 14.



Gambar 14. Hasil Penggunaan Strategi SEO

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Apriyanto & Putra, “Perancangan Aplikasi Web Penjualan Pakaian Muslim,” *Jurnal Sistem Informasi & Manajemen Basis Data (SIMADA)*, vol. 03, no. 01, pp. 01–05, 2020.
- [2] S. Handayani, “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta,” *ILKOM Jurnal Ilmiah*, vol. 10, no. 2, pp. 182–189, 2018.
- [3] D. Fitrah Melandri, S. Yulina, P. Studi Sistem Informasi, and P. Caltex Riau Jl Umban Sari No, “Rancang Bangun Sistem E-Commerce pada Toko Pakaian menggunakan Metode Prototype (Studi Kasus: Toko Pakaian Richsunday Pekanbaru),” *Seminar Nasional Teknologi Informasi, Komunikasi dan Industri (SNTIKI)*, vol. 13, no. 2, pp. 147–157, 2021.
- [4] Y. A. Sujarwo and A. Ratnasari, “Aplikasi Reservasi Parkir Inap Menggunakan Metode Fishbone Diagram dan QR-Code,” *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, vol. 9, no. 3, pp. 302–309, Aug. 2020, doi: 10.32736/sisfokom.v9i3.808.
- [5] A. Ita, S. Ety, and N. Andi, “Penerapan Business Model Canvas (Bmc) Untuk Mendorong Mindset Kewirausahaan Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Malang.” *Jurnal Ketahanan Pangan*, vol. 9, no. 2, pp. 66–75, 2018. Available: <https://e-equalsmc3.com/alex-osterwalders-business-model-canvas/>
- [6] R. Muhidin *et al.*, “Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Pada Sma Negeri 18 Halmahera Selatan Sebagai Media Promosi Berbasis Web,” (*IJIS*) *Indonesian Journal on Information System*, vol. 02, no. 02, pp. 56–68, 2017.
- [7] Suendri, “Implementasi Diagram UML (Unified Modelling Language) Pada Perancangan Sistem Informasi Remunerasi Dosen Dengan Database Oracle (Studi Kasus: UIN Sumatera Utara Medan),” *ALGORITMA: Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika*, vol. 3, no. 1, pp. 01–09, 2018.. Available: <http://www.omg.org>
- [8] D. Apriadi, A. Y. Saputra, “E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian,” *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, vol. 1, no. 2, pp. 131–136, 2017, [Online]. Available: <http://jurnal.iaii.or.id>
- [9] R. Firmansyah, P. Mauliana, N. Hunaifi, W. Wiguna, R. Dewi Sulastriningsih, and Y. Komalasari, “Penerapan Sistem Penjualan Online pada Usaha Dagang Kusuma Bandung,” *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 125–136, 2018, [Online]. Available: <http://ojs.ubharajaya.ac.id/index.php/jabdimas>
- [10] H. Artanto, F. Nurdiyansyah, and U. Widyagama Malang, “Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk,” *Journal of Information Technology and Computer Science (JOINTECS)*, vol. 1, no. 2, 2017, [Online]. Available: <http://info.cern.ch/>