

Penerapan Metode *Model Business Canvas* Untuk Membuat *Website E-Commerce* Pada Kedai Ganema

Ardin Noor Hamsha¹, Humisar Hasugian^{2*}

^{1,2}Fakultas Teknologi Informasi, Sistem Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta Selatan 12260, Indonesia

Email: ¹ardinnoorhamsha2706@gmail.com, ^{2*}humisar.hasugian@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak-Kedai Ganema adalah Usaha Mikro Kecil Menengah yang menjual berbagai produk biji kopi, makanan, minuman *coffee* atau *non coffee*. Dalam kegiatan penjualan Kedai Ganema masih menggunakan cara konvensional yakni pembeli harus datang ke kedai untuk melihat maupun membeli produk yang ada di Kedai Ganema. Kedai Ganema berupaya meningkatkan kualitas agar dapat bersaing dengan kedai lainnya. Salah satu upaya yang dilakukan yaitu dengan membuat sebuah website e-commerce. Masalah yang ada pada Kedai Ganema adalah kedai belum mempunyai fitur untuk melakukan transaksi, media promosi di Instagram hanya sebatas postingan saja tanpa deskripsi lengkap, masih menggunakan pencatatan secara manual untuk laporan penjualan, serta jangkauan pemasaran yang terbatas. 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. pengumpulan data dilakukan menggunakan metode observasi, wawancara, dan studi literatur. Untuk *tools* yang dipakai pada penelitian ini adalah *WordPress* sebagai *Content Management System (CMS)* untuk sistemnya. Hasil dari penelitian ini, yakni *website* Kedai Ganema yang dimana akan digunakan untuk melakukan transaksi serta dapat melakukan rekapitulasi laporan penjualan. *Website* yang dibuat dapat mempermudah pembeli untuk melihat informasi produk yang dijual di Kedai Ganema, serta dapat mengurangi kesalahan dalam melakukan rekapitulasi laporan penjualan.

Kata Kunci: *E-commerce, CMS, SEO, Toko Online*

Application Of Business Canvas Model Method To Create E-Commerce Website At Shop Ganema

Abstract-Kedai Ganema is a Micro, Small and Medium Enterprise that sells various products of coffee beans, food, coffee or non-coffee drinks. In selling activities, the Ganema Shop still uses the conventional method, namely the buyer must come to the shop to see or buy the products at the Ganema Shop. Kedai Ganema strives to improve quality so that it can compete with other shops. One of the efforts made is to create an e-commerce website. The problem with Kedai Ganema is that the shop does not yet have a feature to make transactions, promotional media on Instagram are only limited to posting without a complete description, still using manual recording for sales reports, and limited marketing reach. 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. Data collection will be carried out using the methods of observation, interviews, and literature studies. The tools used in this research are WordPress as a Content Management System (CMS) for the system. The results of this study, namely the Kedai Ganema website which will be used to conduct transactions and can recapitulate sales reports. The website created can make it easier for buyers to view product information sold at Kedai Ganema, and can reduce errors in recapitulating sales reports.

Keywords: *E-commerce, CMS, SEO, Online Store*

1. PENDAHULUAN

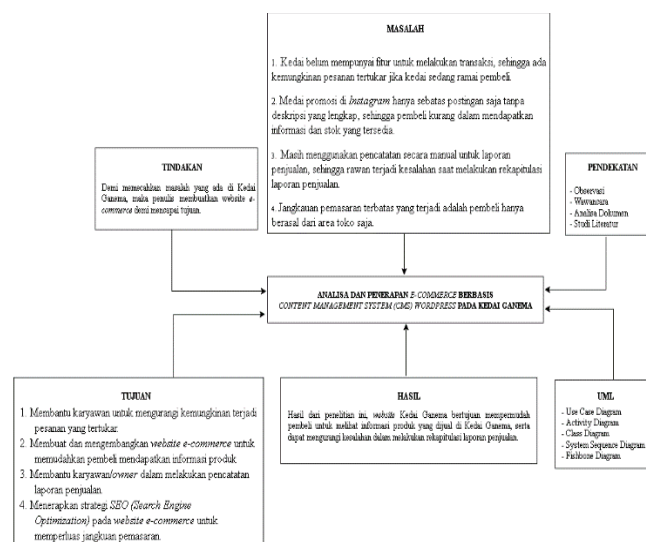
Belakangan ini seperti yang banyak orang tahu, teknologi dan informasi sudah berkembang sangat pesat. Hal tersebut dapat kita rasakan dari munculnya berbagai macam tren teknologi – teknologi baru yang mempunyai tujuan untuk mempermudah, mempercepat, dan memastikan validasi data yang diperoleh. Di masa sekarang ini, untuk mendapat suatu keuntungan maksimal dari melakukan usaha jual beli, pemilik usaha diharuskan untuk memperluas lingkup penjualan, dan sementara itu proses pada jual beli konvensional lingkup penjualan, sangat terbatas dikarenakan belum tersentuh oleh teknologi dan *internet*. Dengan lingkup yang terbatas seperti itu, muncul teknologi baru yang bernama *E-Commerce* atau berkepanjangan *Electronic Commerce*. *E-commerce* merupakan sistem pemasaran melalui atau memakai akses *Internet*, situs web, pelaksanaan seluler, & *browser* yg berjalan pada perangkat seluler, yg dipakai buat transaksi komersial. Secara formal, mampu jua berarti transaksi usaha antar organisasi & antar individu [1]. Kegunaan utama *e-commerce* adalah sebagai media, promosi, komunikasi, dan informasi. Penggunaan sangat mempengaruhi efektifitas dan efisiensi proses kerja [2]. Sistem informasi adalah hasil dari sumber-sumber tersebut, terutama yang berasal dari para ilmuwan, dan berasal dari ide dan gagasan yang menghasilkan informasi ilmiah [3].

Penulis sendiri memilih Kedai Ganema sebagai tempat riset. Kedai Ganema adalah UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang bergerak dibidang penjualan makanan dan minuman seperti biji kopi, dan minuman *coffee* atau *non coffee*. Dengan proses transaksi yang masih manual, banyak kesalahan seperti pesanan yang masih sering tertukar jika keadaan kedai sedang ramai pembeli. Sehingga penulis menilai cara tersebut dapat mengurangi penilaian dari pembeli. Berdasarkan analisa dari masalah yang diperoleh penulis, masalah tersebut dapat diatasi dengan memanfaatkan sistem informasi. Informasi adalah data yang berarti bagi mereka yang membutuhkannya dan diproses dalam format yang membantu mereka membuat keputusan sekarang atau di masa depan [4]. Dengan merancang lalu menerapkannya melalui *website e-commerce* sebagai sistem utama transaksi penjualan dan sebagai media penjualan serta pemasaran. Dan oleh karena itu, penulis membuat penelitian dengan judul **Penerapan Metode Model Business Canvas Untuk Membuat Website E-Commerce Pada Kedai Ganema.**

Menurut penelitian dengan judul “*E-COMMERCE* UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN BIJI KOPI PADA ANDALAN *COFFEE*”, permasalahan yang terjadi yakni pelanggan kesulitan untuk memverifikasi informasi biji kopi, akuisisi persediaan dan alamat pengiriman masih umum, dan tidak ada penjualan biji kopi dan perolehan pesanan produk. Untuk itulah peneliti membuat situs *e-commerce* untuk memperluas informasi produk, fitur *delivery note* kurangi kesalahan alamat pengiriman, laporan persediaan mencegah kehilangan data, dan laporan pesanan membantu administrator menemukan pesanan. [5]. Menurut penelitian dengan judul “Pemanfaatan *E-Commerce* untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Dagang Kopi Api Te Sako, Rejang Lebong, Bengkulu”, permasalahan yang terdapat pada tempet tersebut yaitu kopi dikemas masi menggunakan plastik, penjualan kopi masih mencakup daerah mitra dan dijual dipasar. Diantara permasalahan tersebut produk perlu dijual melalui Karena merupakan media *internet (e-commerce)*, pelaksanaan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mewujudkan *e-commerce* untuk penjualan produk kopi. Saat menerapkan *e-commerce* pada produk kopi, perlu memberikan wawasan kepada para pemangku kepentingan bisnis untuk menjaga kualitas produk. Ini adalah karena berkaitan dengan kepercayaan pembeli, penyediaan informasi yang lengkap dan cepat, pengungkapan informasi dari pelanggan dan keberadaan kupon. Transparansi informasi pengiriman produk, ketertelusuran produk yang dikirim, dan kerjasama yang baik antara penjual dan pembeli harus dijaga [6]. Menurut penelitian dengan judul “PENINGKATAN OMSET PENJUALAN MENGGUNAKAN *E-COMMERCE* PADA DO’I COFFEE”, permasalahan yang didapat peniliti yaitu pelanggan harus datang ke toko untuk melakukan pembelian sehingga tingkat penjualan makin menurun, maka dari itu peneliti Kami berencana untuk memperluas penjualan dan pemasaran kami dengan membuat *e-commerce*. Toko *online* tempat calon pelanggan dapat dengan mudah memeriksa informasi produk dan melakukan pemesanan dari gadgetnya tanpa harus datang ke toko secara langsung, sehingga dapat menjangkau calon pelanggan tanpa mengenal waktu dan tempat. [7].

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

2.2 Metode Pengumpulan Data

Berikut adalah teknik pengumpulan data beserta penjelasannya, serta teknik yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir ini:

- Observasi, pada tahap ini, kegiatan yang dilakukan adalah mengamati dan melihat langsung bagaimana proses untuk mendapatkan data yang dibutuhkan pada Kedai Ganema yang berlokasi di Jl. Palmerah Utara No.80, RT.1/RW.6, Palmerah, Kec.Palmerah, Kota Jakarta Barat, DKI 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 Shidqi Naufal selaku pemilik Kedai Ganema, bagaimana tahapan proses penjualan pada Kedai Ganema, mulai dari proses pemesanan, pengiriman pesanan, dan data produk.
- Analisa Dokumen, teknik ini dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang dibutuhkan seperti catatan penjualan untuk rekapitulasi produk yang terjual, serta struk pembelian untuk bukti pembelian 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 Teknik Analisis Data

- Analisis Masalah**
Analisa masalah dilakukan dengan cara observasi proses dari transaksi penjualan dan wawancara serta menguraikan masalah yang ada pada Kedai Ganema.
- Analisis Proses Bisnis**
Menguraikan proses bisnis berjalan dalam lingkup penelitian yang setelahnya digambarkan dengan menggunakan *Activity Diagram*.
- Analisis Perancangan Sistem**
Analisa perancangan sistem dilakukan setelah selesai menganalisis masalah yang ada serta proses bisnis yang sedang berjalan lalu dibuatkan solusi dari data yang sudah diterima, lalu digambarkan dengan *Class Diagram*, *Use Case Diagram*, Rancangan layar, dan *System Sequence Diagram*.

2.4 Search Engine Optimization

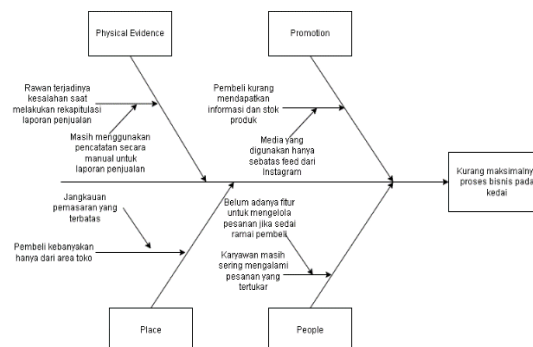
Diterapkannya penggunaan *Search Engine Optimization* atau teknik SEO berarti volume dan kualitas, lalu lintas, kunjungan, ke situs web tertentu menggunakan algoritma mesin pencari dan untuk meningkatkan oleh mesin pencari dan secara sistematis melakukan Serangkaian proses. Ini disebut PageRank.[8].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Masalah

3.1.1 Fishbone Diagram

Fishbone Diagram adalah metode/alat untuk meningkatkan kualitas. Diagram ini disebut juga diagram sebab akibat. Penemunya adalah ilmuwan Jepang tahun 1960-an, Dr. Kaoru Ishikawa, ilmuwan kelahiran Tokyo tahun 1915.[10].

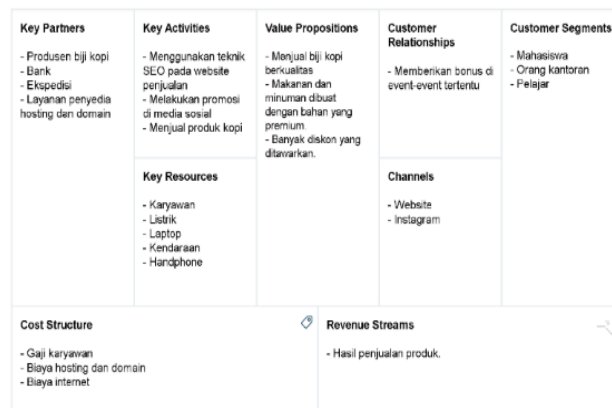


Gambar 2. Fishbone Diagram

3.2 Business Model Canvas

Dalam mengembangkan sistem *E-commerce* ini penelitian menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) untuk menganalisis permasalahan pada Kedai Ganema. Tujuan penelitian ini Datang dengan strategi bisnis yang tepat untuk mengembangkan bisnis pada Kedai Ganema, seperti pada gambar dibawah:

Business Model Canvas



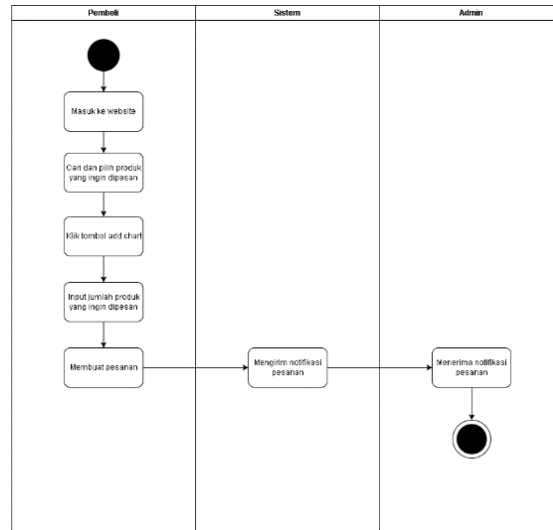
Gambar 3. Business Model Canvas

- Value Proposition**
Merupakan nilai lebih yang diberikan Kedai Ganema untuk para pelanggan melalui produknya adalah sebagai berikut, menjual biji kopi berkualitas, makanan dan minuman dibuat dengan bahan yang premium, serta banyak diskon yang ditawarkan.
- Customer Segments**
Merupakan target pasar yang menjadi fokus Kedai Ganema dalam menjual produknya. Target pelanggan pada Kedai Ganema, yaitu: Mahasiswa, Orang kantoran, Pelajar.
- Customer Relationship**
Merupakan usaha Kedai Ganema dalam menjalin hubungan dengan para pembelinya. Agar hubungan terhadap pembeli tetap terjaga, *Ganema Coffee* mendapatkan bonus di event-event tertentu.
- Channels**
Merupakan suatu metode Kedai ganema dalam menawarkan produknya kepada para pembeli. *Ganema Coffee* di dalam channels yaitu *website* dan *Instagram*.
- Key Activities**
Merupakan kegiatan-kegiatan penting yang dilakukan Kedai Ganema untuk mendukung tercapainya suatu keberhasilan usaha. *Ganema Coffee* saat ini adalah menggunakan teknik SEO, melakukan promosi di media social, menjual produk kopi.
- Key Resource**
Merupakan sumber daya yang diperlukan Kedai Ganema dalam mencapai keberhasilannya. Adapun sumber daya yang ada didalamnya sebagai berikut: Karyawan, Listrik, Laptop, Kendaraan, Handphone.
- Key Partnership**
Merupakan suatu kerjasama antara Kedai Ganema dengan mitra. Kedai Ganema menjalin kerjasama dengan produsen biji kopi, bank, ekspedisi, dan layanan penyedia *hosting* dan *domain*.
- Cost Structure**
Merupakan biaya yang dikeluarkan Kedai Ganema dalam menjalankan usaha. Berikut diantaranya: Gaji karyawan, Biaya hosting dan domain, Biaya *internet*.
- Revenue Streams**
Merupakan pendapatan atau profit yang didapatkan Kedai Ganema dalam menjual produknya. Kedai Ganema mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan produk.

3.3 Proses Bisnis Usulan

a. Activity Diagram Pemesanan

Proses pemesanan dilakukan oleh pembeli yang masuk ke website, memilih produk yang ingin dibeli, kemudian mengklik tombol “Add to Cart”. Pembeli pergi ke halaman keranjang belanja, menambahkan produk, dan klik tombol checkout untuk melakukan pemesanan. Sistem akan secara otomatis mengirimkan notifikasi pesan kepada administrator.

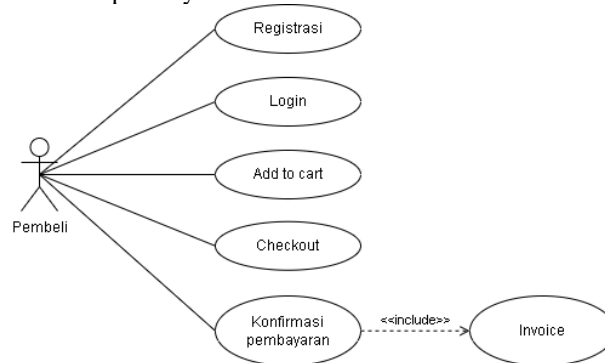


Gambar 4. Activity Diagram Pemesanan

3.4 Use Case Diagram

a. Use Case Diagram Pembeli

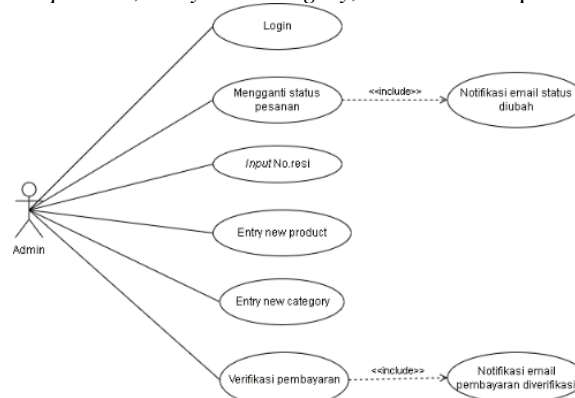
Use Case Diagram Pelanggan berisi kegiatan yang dapat dilakukan pelanggan mulai dari registrasi, login, add to cart, checkout, dan konfirmasi pembayaran.



Gambar 5. Use Case Diagram Pembeli

b. Use Diagram Admin

Use Case Diagram Admin berisi kegiatan yang dapat dilakukan admin mulai dari login, mengganti status pesanan, input no.resi, entry new product, entry new category, dan verifikasi pembayaran.



Gambar 6. Use Case Diagram Admin

c. Use Case Diagram Laporan

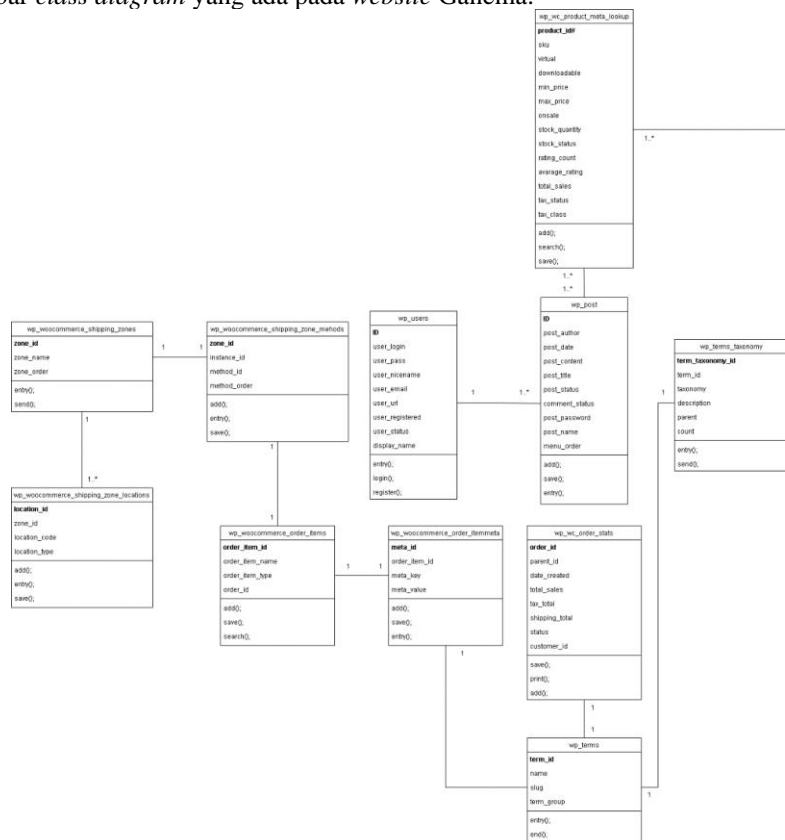
Laporan Use Case Diagram berisi aktivitas yang dapat dilakukan oleh pemilik toko, mulai dari Cetak Laporan Pesanan, Cetak Laporan Pendapatan, Cetak Laporan Penjualan Produk, dan Cetak Laporan Ringkasan Produk Terlaris.



Gambar 7. Use Case Diagram Laporan

3.5 Class Diagram

Berikut gambar class diagram yang ada pada website Ganema.

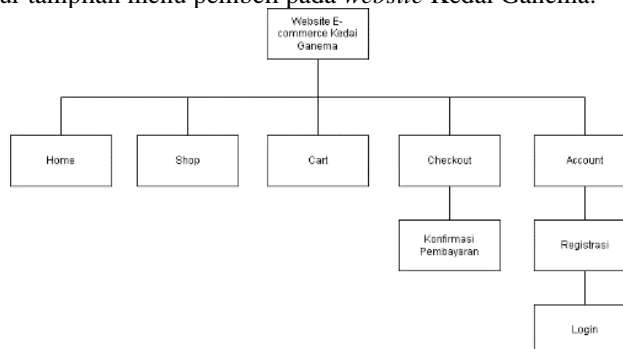


Gambar 8. Class Diagram

3.6 Struktur Tampilan Menu

a. Struktur Tampilan Menu Pembeli

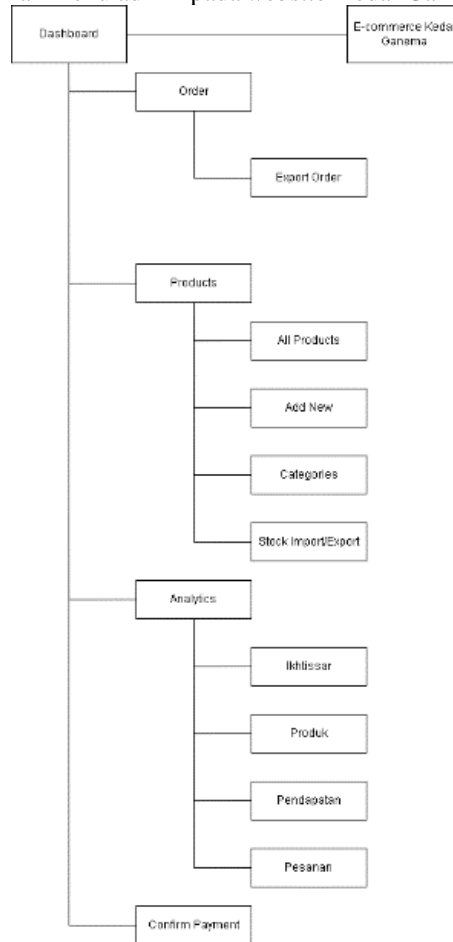
Berikut adalah struktur tampilan menu pembeli pada website Kedai Ganema:



Gambar 9. Struktur Tampilan Menu Pembeli

b. Struktur Tampilan Menu Admin

Berikut adalah struktur tampilan menu admin pada *website* Kedai Ganema:

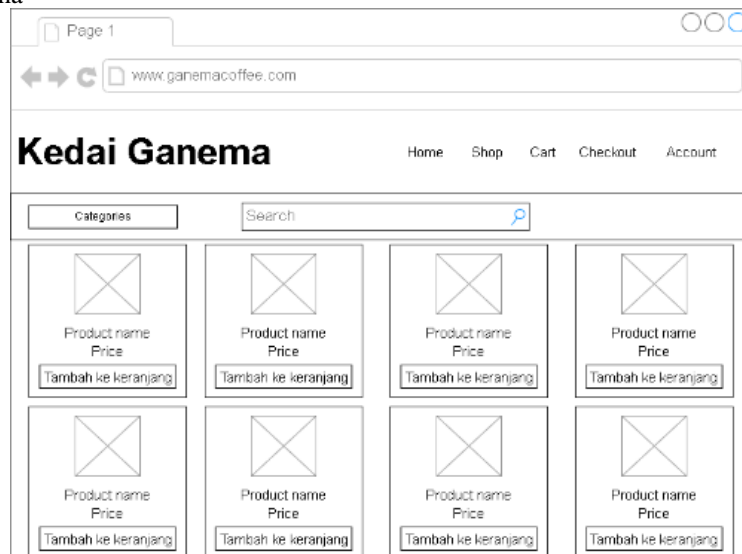


Gambar 10. Struktur Tampilan Menu Admin

3.7 Rancangan Layar

a. Rancangan Layar *Home*

Halaman *home* berfungsi untuk menampilkan postingan produk layanan apa saja yang tersedia dan dijual pada *web* ganema



Gambar 11. Rancangan Layar *Home*

3.8 Pengujian *BlackBox Testing*

a. Pengujian Register

Tabel 1. Pengujian Register

No.	Scenario Pengujian	Test Case	Hasil Yang diharapkan	Hasil Pengujian	Kesimpulan
1.	Akses Web ganemacoffee.com	Melihat tampilan web	Rapih tidak ada kesalahan	Rapih tidak ada kesalahan	Valid
2.	Registrasi	Alamat Pengguna : ganema Alamat email: ardinnoorhamsha2706@gmail.com pass: ardin123	Berhasil Registrasi	Berhasil Registrasi	Valid

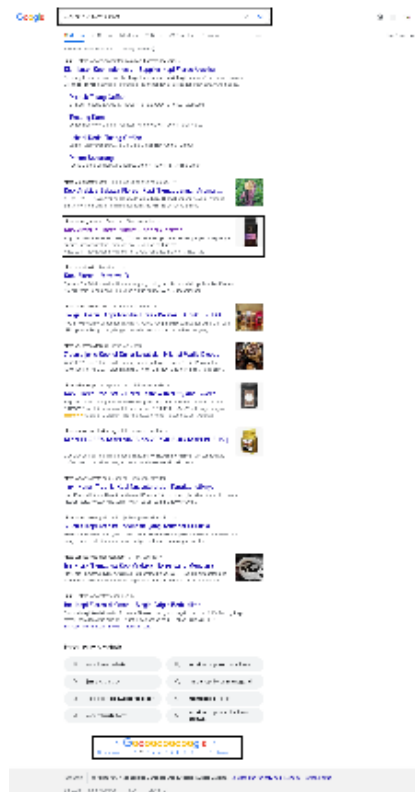
b. Pengujian *Checkout* dan Pembayaran

Tabel 2. Pengujian *Checkout* dan Pembayaran

No.	Scenario Pengujian	Test Case	Hasil Yang diharapkan	Hasil Pengujian	Kesimpulan
1.	Pengisiandata lengkap	1. Isi data besertaalamat	Data berhasil dideteksi dan diisi	Data berhasil dideteksi dan diisi	Valid
2.	Proses Pemilihan Kurir	2. Pilih kurirsesuai kebutuhan	Dapat menampilkan	Dapat menampilkan jenis kurir	Valid

3.9 *Search Engine Optimization*

Berikut tahapan melakukan SEO dan melakukan riset untuk mencari *keyword*: Penulis melakukan riset *keyword* dengan menggunakan *website Ubersuggest*, dimana *keyword* yang penulis dapatkan yaitu “kopi arabika flores nikmat”, Masuk kehalaman semua produk untuk menerapkan strategi SEO, Pilih produk yang ingin dilakukan SEO, Klik menu *Yoast SEO*, Mengisi kolom frasa kata kunci, Mengisi kolom judul SEO sesuai dengan frasa kunci utama, Mengisi kolom slug sesuai dengan frasa kunci utama, Mengisi deskripsi meta dan sesuaikan awal kalimat dengan frasa kunci utama, Memasukan tautan *link* luar dan tautan *link* dalam lalu tempelkan pada kalimat deskripsi produk, Lalu melakukan inspeksi URL pada *google search console* agar halaman produk dapat terindeks pada mesin pencarian *google*, Dibawah ini merupakan hasil *Search Engine Optimization (SEO)* dengan *keyword* “kopi arabika flores nikmat”.

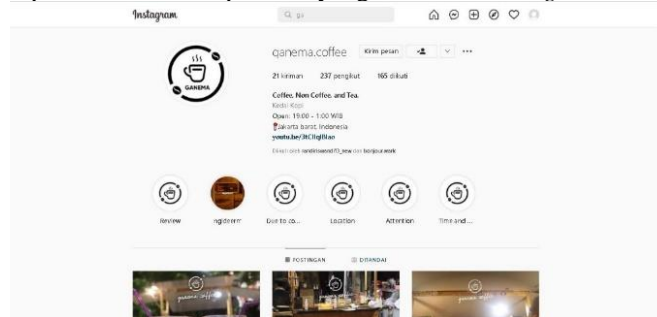


Gambar 12. Hasil Pengujian

3.10 Strategi Marketing

a. Social Media

Social media merupakan strategi *marketing* yang digunakan oleh Kedai Ganema, salah satu contoh *platform social media* yang digunakan adalah *Instagram*, dengan mempromosikan layanan produk nya kedalam postingan *Instagram* diharapkan mampu menarik minat pembeli yang melihat di *Instagram*.



Gambar 13. Instagram

4. KESIMPULAN

Sebelum adanya *website e-commerce* masih rawan terjadinya pesanan yang tertukar jika sedang ramai pembeli. Setelah adanya *website e-commerce* pesanan tidak akan tertukar karena adanya detail pesanan jika pembeli memesan produk, Dengan adanya penerapan *website e-commerce* pada kedai ganema diharapkan dapat memudahkan *owner* untuk melakukan rekapitulasi laporan penjualan agar tidak terjadi kesalan, Media yang digunakan pemilik kedai ganema mempromosikan produknya kurang maksimal. Setelah adanya *website e-commerce* pembeli lebih mudah mencari informasi produk, Dengan adanya *website e-commerce* jangkauan pemasaran menjadi lebih luas karena situs *web* dioptimalkan menggunakan teknik optimasi mesin pencari.

Perlu adanya *update* secara berkala pada *website* terkait dengan promosi dan produk sehingga mempunyai daya tarik lebih untuk para pembeli, Kedai Ganema dapat memanfaatkan *website e-commerce* ini dengan semaksimal mungkin untuk meningkatkan penjualan pada seperti menyediakan fitur dan panduan berbelanja yang lebih baik, Metode pembayaran saat ini hanya melalui transfer rekening antar bank. Sehingga dapat dikembangkan lagi dengan metode pembayaran seperti *virtual account* atau *payment gateway*

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Wirapraja and H. Aribowo, "Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Solusi Inovasi Dalam Menjaga Sustainability Bisnis," *66 Tek.*, vol. 7, no. 1, 2018.
- [2] J. J. B. Lumintang, G. A. J. Rumagit, and M. L. G. Taroreh, "Kajian Manfaat E-Commerce Pada Penjualan Produk Usaha 'Snacking' Di Kota Manado," *Agri-Sosioekonomi*, vol. 16, no. 3, p. 413, 2020, doi: 10.35791/agrsosek.16.3.2020.31131.
- [3] H. Agustin, "Sistem Informasi Manajemen Menurut Prespektif Islam," *J. Tabarru' Islam. Bank. Financ.*, vol. 1, no. 1, pp. 63–70, 2018, doi: 10.25299/jtb.2018.vol1(1).2045.
- [4] S. Hasan and N. Muhammad, "Sistem Informasi Pembayaran Biaya Studi Berbasis Web Pada Politeknik Sains Dan Teknologi Wiratama Maluku Utara," *IJIS - Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 5, no. 1, pp. 44–55, 2020, doi: 10.36549/ijis.v5i1.66.
- [5] G. Mohara and G. Gata, "E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Biji Kopi," *J. IDEALIS*, vol. 3, no. 1, pp. 34–41, 2020.
- [6] P. Pahrizal, D. Deslianti, and A. Sonita, "Pemanfaatan E-Commerce untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Dagang Kopi Api Te Sako, Rejang Lebong, Bengkulu," *JPMIT (Jurnal Pengabd. Masy. Teknol. Terbarukan)*, vol. 1, pp. 40–43, 2021.
- [7] H. Hasugian, F. Kurniawati, F. F. Fratama, and N. Permatasari, "Peningkatan Omset Penjualan Menggunakan E-Commerce Pada Do'I Coffee," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 4, no. 2, pp. 242–249, 2021, doi: 10.36080/idealis.v4i2.2843.
- [8] G. Luruk Forek, A. Muawwal, P. Studi Sistem Informasi, and S. Kharisma Makassar, "Implementasi Metode on-Page Search Engine Optimization Pada Website Halo Print Digital," no. 02, pp. 83–96, 2021, [Online]. Available: <https://tech.kharisma.ac.id>
- [9] I. Athia, E. Saraswati, and A. Normaladewi, "Penerapan Business Model Canvas (Bmc) Untuk Mendorong Mindset Kewirausahaan Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Malang," *J. Ketahanan Pangan*, vol. 2, no. 1, pp. 66–75, 2018, [Online]. Available: <https://e-equalsmc3.com/alex-osterwalders-business-model-canvas/>
- [10] A. Megayanti and R. Amrullah, "Analisis Antrian Dalam Pendaftaran Pengobatan Pasien Menggunakan Metode Fishbone (Studi Kasus : Rsud Moewardi Solo)," *JSII (Jurnal Sist. Informasi)*, vol. 5, no. 1, pp. 1–6, 2018, doi: 10.30656/jsii.v5i1.578.