

## **Membangun *E-Commerce* Dengan Metode *Business Model Canvas* (BMC) Pada Toko Jaya Frame Cilandak**

**Adam Mulyawan<sup>1\*</sup>, Goenawan Brotosaputro<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Fakultas Teknologi Informasi, Sistem Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta Selatan, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup>adammulyawan7@gmail.com, <sup>2</sup>goenawan.brotosaputro@budiluhur.ac.id  
(\*:corresponding author)

**Abstrak** - Jaya Frame merupakan usaha di bidang bingkai foto salah satu pelaku wirausaha yang bergerak di bidang jasa pembuatan bingkai pigura untuk foto, lukisan, gambar, dan lain-lain. Yang termasuk kedalam IKM (Industri Kecil Menengah). Usaha ini telah berdiri sejak 1998, Dalam proses bisnis yang ada pada Jaya Frame, menggunakan *Instagram* dan *whatsapp*. Namun, dengan adanya proses bisnis transaksi melalui *online* ada beberapa kendala dialami oleh Jaya Frame yaitu, Pelanggan sulit mengetahui ketersediaan stok barang, karena tidak adanya informasi ketersediaan stok pada fitur *Instagram* dan *whatsapp*, sehingga pelanggan harus menanyakan ke staff penjualan. Kurang optimal dalam proses mempromosikan produk, sehingga menyebabkan produk lama terjual dan kurangnya untuk mendapatkan calon pelanggan baru. Sulit dalam pengolahan data laporan penjualan, karena masih dilakukan secara pembukuan dengan melihat nota penjualan untuk dimasukan kedalam laporan penjualan, sehingga memungkinkan pencatatan berbeda dengan jumlah penjualan dan kurang maksimal dalam mengetahui data penjualan. Berdasarkan masalah yang ada pada Jaya Frame, dengan adanya permasalahan yang diselesaikan pada Jaya Frame, maka pelanggan mudah dan merasa tidak kesulitan untuk mendapatkan informasi tentang ketersediaan stok barang/produk, dapat lebih mudah untuk staff penjualan dalam melakukan pembuatan data laporan penjualan dan diberikan kepada pemilik Toko Jaya Frame dilakukan pembangunan *E-commerce* dengan metode *Business Model Canvas* (BMC) dalam bentuk *web*. *Website E-Commerce* yang dibangun akan meningkatkan promosi barang yang dijual dan memudahkan pelanggan yang menginginkan transaksi dari *website*. Diharapkan, dengan Tujuan memanfaatkan *website E-Commerce* ini, pelanggan jadi lebih mudah dalam melakukan proses transaksi pembelian yang ada pada *website* Jaya Frame.

**Kata kunci:** *e-commerce, bmc, bingkai, website*

### ***Build E-Commerce With Business Model Canvas (Bmc) Method For Toko Jaya Frame Cilandak***

**Abstract** - *Jaya Frame is a business in the field of photo frames, one of the entrepreneurs engaged in the service of making frame frames for photos, paintings, drawings, and others. Which is included in the IKM (Small and Medium Industry). This business has been established since 1998. In the existing business processes on Jaya Frame, using Instagram and WhatsApp. However, with the online transaction business process there are several obstacles experienced by Jaya Frame, namely, it is difficult for customers to know the availability of stock, because there is no stock availability information on the Instagram and whatsapp features, so customers have to ask the sales staff. Less than optimal in the process of promoting the product, causing the old product to be sold and the lack of getting new potential customers. It is difficult to process sales report data, because it is still done in bookkeeping by looking at sales notes to be included in the sales report, thus allowing the recording to be different from the number of sales and less than optimal in knowing sales data. Based on the problems that exist in Jaya Frame, with the problems with Jaya Frame, customers are easy and have no difficulty getting information about the availability of stock of goods/products, it can be easier for sales staff in making sales report data and given to the owner of Toko Jaya E-commerce development frames are carried out using the Business Model Canvas (BMC) method in web form. The E-Commerce website that is built will increase the promotion of the goods sold and make it easier for customers who want transactions from the website. It is hoped that by utilizing this E-Commerce website, customers will find it easier to process purchase transactions on the Jaya Frame website.*

**Keywords :** *e-commerce, bmc, frames, website*

## **1. PENDAHULUAN**

Pesatnya perkembangan teknologi informasi saat ini yang telah memudahkan dan mempercepat manusia untuk berkomunikasi satu sama lain, dan berdampak langsung pada semua aspek kehidupan di masyarakat, termasuk sosial, politik, budaya dan ekonomi. Sekarang penggunaan internet sekarang dianggap kritis. Pemilik usaha kecil hingga perusahaan besar memanfaatkan kecanggihan dan kemajuan teknologi internet sebagai media untuk mempromosikan produk dan iklan di internet. Internet tidak hanya dignakan sebagai media untuk periklanan, tetapi juga dapat digunakan sebagai media jual beli produk, jasa dan informasi yang disebut e-commerce

Toko Jaya Frame salah satu pelaku wirausaha yang berjalan di bidangnya yaitu, pembuatan bingkai pigura untuk foto, lukisan, gambar, dan lain-lain. Yang termasuk kedalam IKM (Industri Kecil Menengah). Usaha ini

telah berdiri sejak 1998 oleh pemiliknya yang bernama Yusak Mali dan Yoram, telah banyak membuat berbagai jenis bingkai untuk berbagai kalangan. Toko Jaya Frame berlokasi di alamat Jl. Taman Pendidikan no.5 rt 03 / rw 10 Cilandak Barat, Jakarta Selatan 12430. Terdapat beberapa kendala, yaitu sulit untuk mengetahui jumlah stok barang, sehingga pelanggan harus menghubungi pegawai toko untuk menanyakan persediaan stok barang. Kurang maksimal dalam proses pemasaran produk, menyebabkan produk lama terjual dan lambatnya untuk mendapatkan calon pelanggan baru. Dan sulit dalam pengolahan data laporan, dan penjualan kurang maksimal dalam mengetahui data penjualan.

Dengan adanya permasalahan yang di alami pada Jaya Frame, Maka toko membutuhkan *website* berbasis *e-commerce* yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan toko dan bisa memudahkan toko dalam melakukan penjualan produk dengan mudah, seperti melakukan proses transaksi dari jarak jauh, memasarkan produk menjadi lebih luas, melakukan pembayaran dengan mudah dan cepat.

Metode yang dipakai pada pembangunan *E-Commerce* ini adalah *Business Model Canvas* yang dapat menjelaskan kekurangan serta membantu dalam perancangan proses bisnis yang kritis pada penjualan Toko Jaya Frame. Adanya *website E-Commerce* Toko Jaya Frame, diharapkan, dengan memanfaatkan *website E-Commerce* ini, pelanggan jadi lebih mudah dalam melakukan proses transaksi pembelian yang ada pada toko Jaya Frame.

Proses pembuatan *website* dengan *Content Management System* yang mudah diaplikasikan, serta tidak menghafal *tag HTML* untuk pengaturan isi *konten website*. Butomo menyatakan pada tulisannya [1] *E-commerce* merupakan *wadah* atau tempat yang memudahkan konsumen untuk memperoleh informasi spesifikasi produk yang diberikan oleh toko dan memudahkan toko untuk menjual produk kepada pelanggan/konsumen. Melalui tulisannya [2] *Website* kumpulan halaman web yang saling berhubungan yang dapat diakses dari halaman beranda menggunakan platform browser apa pun. Melalui tulisannya Ircam Zamroni dkk [3] dinyatakan *Wordpress* adalah salah satu dari banyak layanan blogging yang sangat terkenal, gunakan layanan *wordpress* sebagai layanan blogging pilihan, secara keseluruhan atau sebagian, Menurut Aji dkk di dalam tulisannya [4] *Business Model Canvas* (BMC) adalah alamat bag para pembuat model bisnis yang menjadi sangat terkenal di dunia wirausaha karena memungkinkan Anda untuk lebih mudah dan lebih menggambarkan elemen inti perusahaan Anda dalam menggambarkan satu kanvas.

Pada penelitian sebelumnya, dijelaskan bahwa, sistem penjualan *e-commerce* yang memudahkan toko A&S untuk mempromosikan dan menjual produk yang ada, dan memungkinkan pengguna untuk dengan mudah membeli produk A&S tanpa mengunjungi toko [5].

Pada penelitian lainnya [6] mengemukakan dengan membuat *website* pemasaran produk Tata Distro Store, dapat terbantu staff toko untuk produk fashion penjualan menggunakan *websit*. Promosi ini memudahkan pelanggan untuk memesan produk Tata Distro Store.

Dalam publikasinya [7] menurutnya dengan adanya *website e-commerce* pada CV. Alam Jaya, perusahaan sudah bisa mengembangkan informasi pada jenis usaha yang sedang dijalankan hingga sekarang dan sudah bisa perusahaan jika ingin mempromosikan produknya secara keseluruhan dan sudah ada ulasan / *form review* untuk meningkatkan kepercayaan kepada pelanggan lainnya.

Dalam publikasi lainnya [8] mengungkapkan bahwa dari hasil survei untuk *e-commerce* strategi peningkatan pendapatan pengrajin “Kliwon” yaitu : *E-commerce* dapat membantu proses penjualan kerajinan dengan melakukan pemrosesan pesanan dengan pembelian secara online, dan strategi meningkatkan pendapatan sekelompok pengrajin bingkai foto “Kliwon” menggunakan *Unified Modeling Language* (UML).

Dalam publikasi [9] dipaparkan hasil penelitian *E-commerce* merupakan aktivitas dalam jual beli dalam jaringan melalui sebuah situs web. Masalah umum pada Toko KUN adalah spanduk, media yang kurang mempromosikan khusus penjualan yang dilakukan diluar jaringan serta pencatatan dan pencetakan laporan secara manual dalam bentuk dokumen.

Kesimpulan yang diambil dari ke 5 penelitian atau publikasi sebelumnya, dengan adanya *E-commerce* sangat memudahkan pelanggan melakukan transaksi jarak jauh dengan fitur yang tersedia, mempermudah mendapatkan informasi produk, serta bisa mengetahui stok barang yang terupdate secara otomatis oleh sistem, lalu mempermudah admin penjualan dalam membuat laporan penjualan, dan memaksimalkan promosi sehingga bisa meningkatkan penjualan toko Jaya Frame.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Pengumpulan Data

Dilakukan untuk melakukan fase-fase memperoleh data tentang semua kebutuhan informasi suatu studi untuk mencapai tujuan dan tepat sarannya. Ada 4 point metode urutan akuisisi data meliputi:

#### a. Wawancara (*Interview*)

Wawancara yaitu teknologi pengumpulan data dari tatap muka, metode ini dilakukan dengan tanya jawab secara lisan kepada pemilik toko Jaya Frame, dengan cara ini Anda penulis mendapatkan informasi lengkap dan akurat, proses penjualan di toko Jaya Frame saat ini dan seterusnya.

b. Pengamatan (*observasi*)

Pengamatan adalah Metode pengumpulan data dengan mengamati secara langsung alur kerja serta proses bisnis toko Jaya Frame yang sedang berjalan.

c. Analisa Dokumen

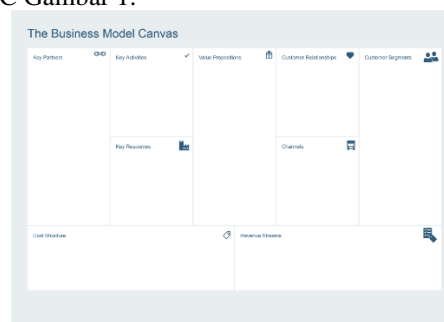
Analisa dokumen adalah pengumpulan data berdasarkan dokumentasi berupa bukti pembayaran dan laporan yang ada pada toko Jaya Frame.

d. Studi Literatur

Adalah teknologi pengumpulan data dari kumpulan data keperpustakaan yaitu : karya ilmiah atau prosiding atau buku. Mencatat, meneliti dan mengelola penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Perolehan data yang valid pada sistem yang penulis edit dan dukung sebagai data pembanding.

## 2.2 Perancangan Bisnis

Setelah selesai melakukan sebuah pengumpulan data, selanjutnya menyusun perencanaan bisnis untuk *E-commerce* toko Jaya Frame, dengan menggunakan cara Metode analisis menggunakan *Business Model Canvas* bisnis dan mengatur sebuah strategi yang tepat dalam mengembangkan bisnis. Anaseputri Jamira dkk adalah orang yang ingin mendorong mindset kewirausahaan dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC), Didalam tulisannya Anaseputri Jamira dkk [10] beliau mengemukakan bahwa BMC menjadi alat analisa populer yang digunakan untuk menganalisa strategi atau model bisnis suatu unit bisnis, perusahaan dan lingkup perusahaan. BMC tersendiri menjadi sebuah model gambaran proses bisnis, dimana BMC pun bisa berguna untuk alur bisnis dan mendapatkan dampak baik bagi kinerja. BMC terdiri dari 9 blok atau urutan adalah : *Cost Structure, Customer Segment, Value Proposition, Customer Relationship, Channels, Key Activities, Key Partners, Key Resources, Revenue Streams*. Ini dapat dilihat BMC Gambar 1.



Gambar 1. Business Model Canvas (BMC)

## 2.3 Perancangan Sistem

Selanjutnya Pada tahap ini yaitu perancang sebuah sistem ini menggunakan analisis *Unified Modelling Language*. Didalam tulisan publikasinya Susan Dian Purnamasari dkk [11] menurutnya ada 3 pada (UML) dapat digunakan untuk perencanaan sistem sebagai berikut:

- Class Diagram* adalah gambaran dari struktur kelas sistem yang kemudian akan menjadi basis data
- Use case Diagram* yaitu menunjukkan hubungan antara sistem yang di buat dengan aktor yang terlibat didalamnya.
- Activity Diagram* merupakan penjelasan proses bisnis secara tertulis menggunakan bahasa yang rapih dan ringkas yang di usulkan untuk aktivitas *website* Jaya Frame.

Setelah perancangan sistem sudah berhasil di rancangan, setelah itu dalam aplikasinya perlu mengaplikasikan *Search Engine Optimization* untuk tampil lebih tinggi di mesin pencari Google optimasi, tujuannya agar memudahkan pelanggan menemukan *website* Jaya Frame melalui internet.

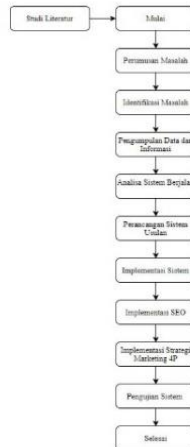
## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Langkah Penelitian

Langkah penelitian berisi tahapan dari mengumpulkan data untuk dapat menyelesaikan masalah di Toko Jaya Frame, perumusan masalah, identifikasi masalah, pengumpulan data dan informasi, analisa sistem berjalan, perancangan sistem usulan, implementasi sistem, implementasi SEO, implementasi strategi marketing 4P, dan pengujian sistem yang telah dibuatkan oleh peneliti untuk menyelesaikan sebuah masalah di Toko Jaya Frame. Di mulai dari Literatur survey, survey literatur ini dilakukan untuk mendapatkan teori tentang jasa penjualan bingkai dengan menggunakan website E- Commerce yang berkaitan pada rumusan masalah. Metode dapat dilakukan oleh peneliti yaitu cara membaca berbagai sumber kepustakaan, jurnal dan skripsi. yang sudah dipublikasikan.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan *website E-Commerce* toko Jaya Frame bisa membantu mengurangi persaingan yang ada di *marketplace*, serta pembeli bisa melihat detail produk bingkai, dan kualitas bahan yang

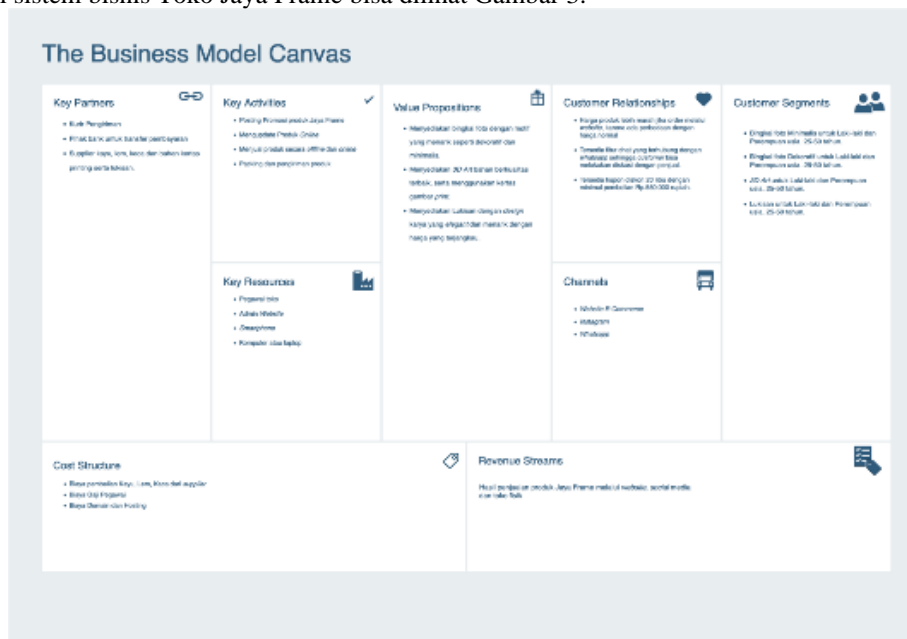
digunakan agar tidak salah membeli produk bingkai. Langkah Survei ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Langkah Penelitian

### 3.2 Metode Business Model Canvas (BMC)

Membangun sebuah website digunakan *Business Model Canvas* (BMC) agar memudahkan identifikasi serta mengevaluasi sistem bisnis Toko Jaya Frame bisa dilihat Gambar 3.



Gambar 3. Business Model Canvas Jaya Frame

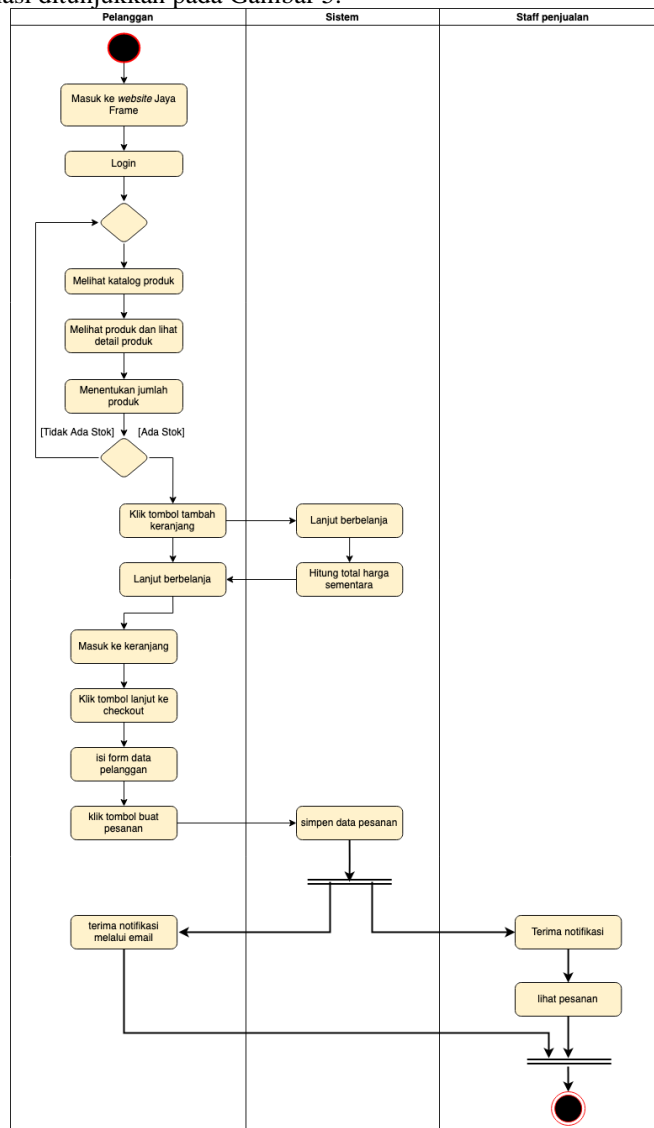
Pada Gambar 3 diatas *Business Model Canvas* untuk Jaya Frame mempunyai 9 blok model yaitu :

- Value Propositions** : Nilai tambah bisnis atau manfaat produk yang diberikan Toko Jaya Frame: (1) Menyediakan bingkai foto dengan motif yang menarik seperti dekoratif dan minimalis. (2) Menyediakan *3D Art* bahan berkualitas terbaik, serta menggunakan kertas gambar *print*. (3) Menyediakan Lukisan dengan *design* karya yang *elegant* dan menarik dengan harga yang terjangkau
- Customer Segments** : Laki-laki dan atau perempuan untuk yaitu : (1) Bingkai foto Minimalis (2) Bingkai foto Dekoratif (3) *3D Art* (4) Lukisan.
- Channels** : Cara toko Jaya Frame menjangkau para pelanggan pelanggan adalah *Website E-Commerce, Instagram, Whatsapp*
- Customer Relationship** : Strategi yang digunakan dalam membangun hubungan pelanggan di Toko Jaya Frame adalah: (1) Harga produk lebih murah jika order melalui *website*, karena ada perbedaan dengan harga normal. (2) Tersedia fitur chat yang terhubung dengan *whatsapp* sehingga *customer* bisa melakukan diskusi dengan penjual. (3) Tersedia kupon diskon 20 ribu dengan minimal pembelian Rp.550.000 rupiah.
- Revenue Streams** : Hasil penjualan produk Jaya Frame melalui website, social media dan toko fisik
- Key Resource** : Sumber daya utama untuk penjualan di Toko Jaya Frame meliputi: (1) Pegawai toko, (2)

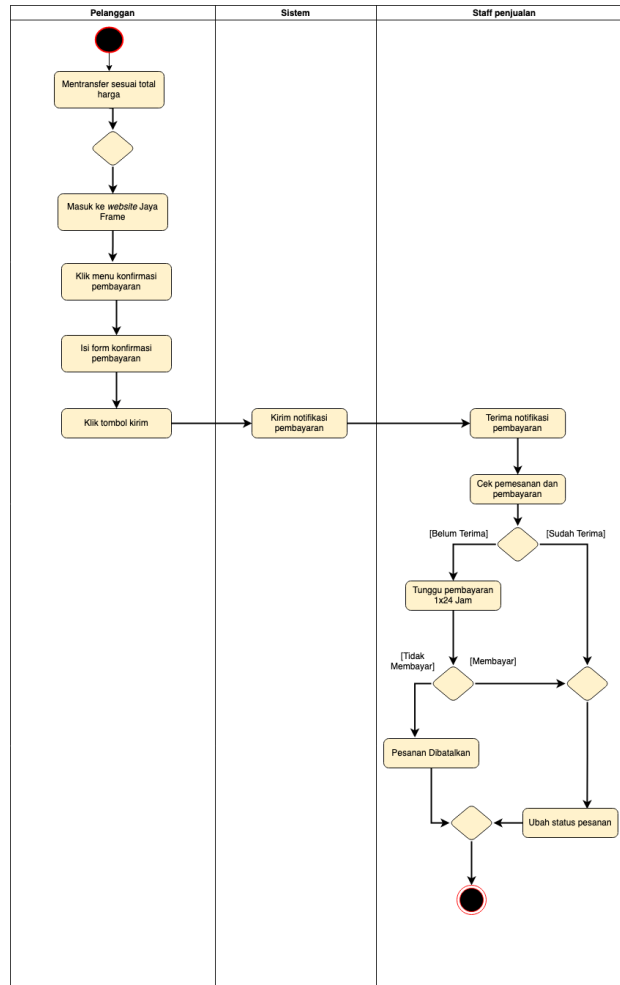
- Admin Website, (3) Smartphone, (4) Komputer atau laptop
- g. *Key Activities* : Proses sebuah bisnis kunci pada Toko Jaya Frame adalah : (1) Posting Promosi produk Jaya Frame. (2) Mengupdate Produk *Online*. (3) Menjual produk secara *offline* dan *online*. (4) Packing dan pengiriman produk.
  - h. *Key Partnership* : Kurir Pengiriman, Pihak bank untuk transfer pembayaran, Supplier kayu, lem, kaca dan bahan kertas printing serta lukisan.
  - i. *Cost Structure* : Biaya yang dikeluarkan pada Toko Jaya Frame : (1) Biaya pembelian Kayu, Lem, Kaca dari *supplier*. (2) Biaya Gaji Pegawai. (3) Biaya Domain dan Hosting.

### 3.3 Proses Bisnis Usulan

*Activity diagram* digunakan untuk landasan dibangunnya *website E-commerce*, demikian juga digunakan dalam proses bisnis usulan Toko Jaya Frame. Pemesanan produk dijelaskan ditunjukkan pada Gambar 4, dan pembayaran dan konfirmasi ditunjukkan pada Gambar 5.



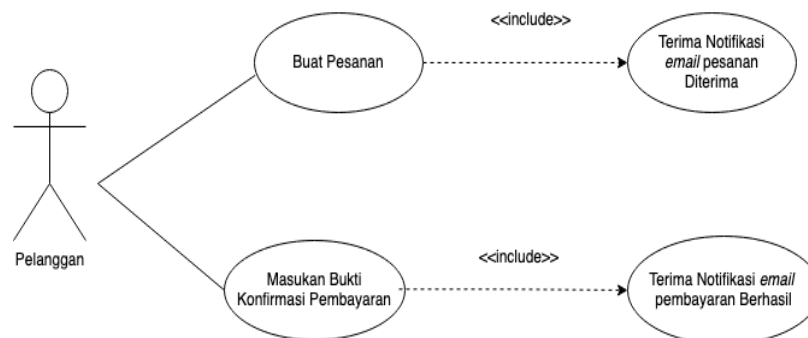
**Gambar 4.** Activity Diagram proses pemesanan barang



Gambar 5. Activity Diagram pembayaran dan konfirmasi pembayaran.

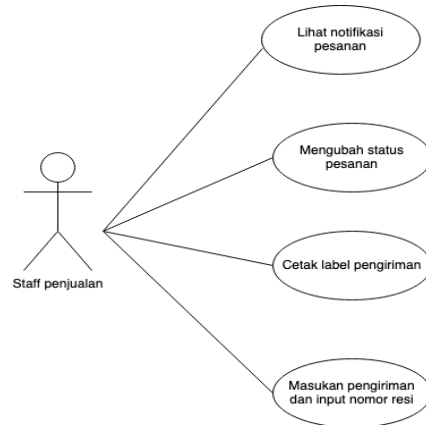
### 3.4 Use Case Diagram

Dalam *use case diagram* dijelaskan aktivitas yang dapat dilakukan oleh aktor pada halaman *web*. Ada satu master *diagram use case* untuk penelitian ini., transaksi laporan Jaya Frame. Di gambar 6 yaitu diagram *use case* transaksi kepada pelanggan, isi didalamnya kegiatan kamu lakukan untuk memulai pesanan yang baru, dan masukan bukti konfirmasi pembayaran lalu mendapatkan notifikasi email pesanan dan mendapatkan notifikasi email pembayaran berhasil, berikut Gambar 6.



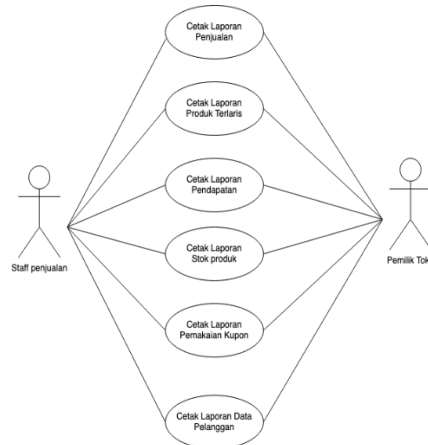
Gambar 6. Use Case Diagram Transaksi pelanggan

Pada diagram kasus penggunaan *use case diagram* Transaksi staff penjualan pada Gambar 7, Berisi kegiatan yang dilakukan oleh staff penjualan yaitu melihat notifikasi pesanan, verifikasi pembayaran pelanggan, mengubah status pesanan, cetak label pengiriman serta masukan pengiriman resi, berikut Gambar 7.



**Gambar 7.** Use Case Diagram Transaksi staff penjualan

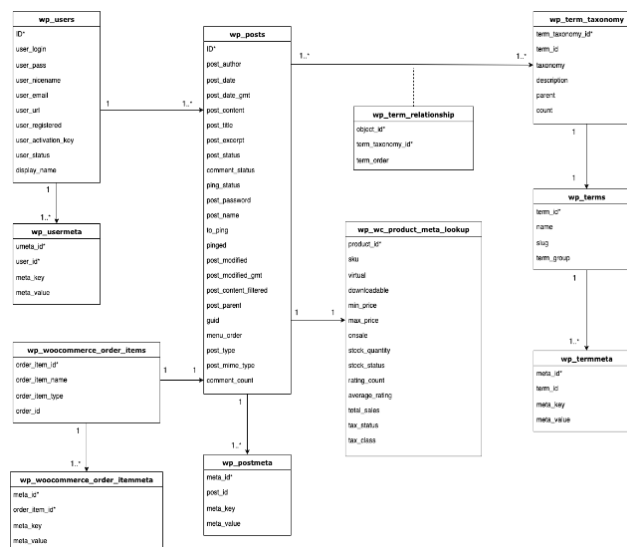
Tambahkan diagram kasus penggunaan dan *use case* diagram cetak laporan melibatkan staff penjualan untuk melakukan cetak berbagai laporan yang dibutuhkan oleh pemilik toko, setelah itu diserahkan kepada pemilik toko, berikut diagram ini pada Gambar 8.



**Gambar 8.** Use Case Diagram laporan Jaya Frame

### 3.5 Class Diagram

*Class Diagram* dipakai sebagai rancangan pembuatan skema basis data yang menggambarkan kelas-kelas di sebuah Sistem jaringan untuk mencapai tujuan Anda. *E-commerce* Jaya Frame bisa ditinjau dalam Gambar 9.



**Gambar 9.** Class Diagram website E-commerce Toko Jaya Frame

### 3.6 Hasil Tampilan Layar

Tampilan layar situs *e-commerce* di toko Jaya Frame mempunyai tampilan layar *Front end* dengan

bertransaksi pada *customer* dan tampilan layar *Back end* untuk mengelola sebuah pesanan pelanggan, serta memungkinkan pelanggan bisa melakukan bertransaksi pembelian jarak jauh.

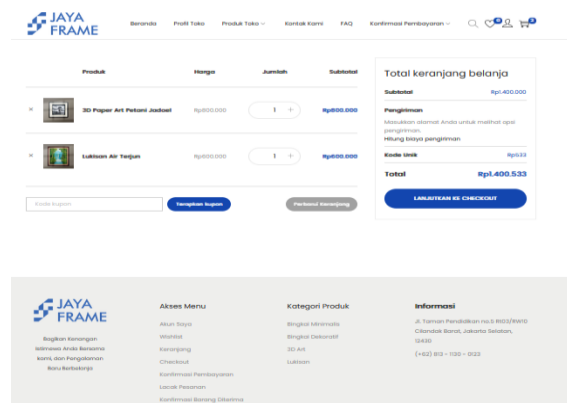
a. Tampilan Layar *Front end*

1. Ditinjau Gambar 10 menampilkan beranda dari halaman *website e-commerce* Jaya frame, Berikut bisa ditinjau dalam Gambar 10.



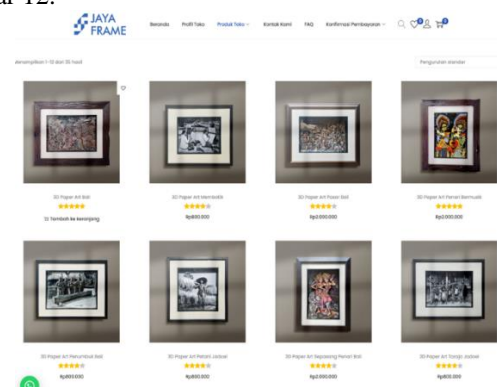
**Gambar 10.** Tampilan Layar Front end Beranda Toko Jaya Frame

2. Pada Gambar 11 menampilkan proses memasukan keranjang yang ingin dibeli oleh pelanggan pada *website* Jaya Frame, Berikut dapat dilihat Gambar 11.



**Gambar 11.** Tampilan Layar Front end halaman Keranjang Toko Jaya Frame

3. Pada Gambar 12 menampilkan produk-produk yang dijual oleh toko Jaya Frame di menu Produk Toko, Berikut terdapat Gambar 12.

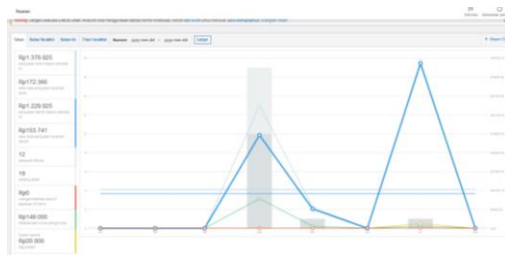


**Gambar 12.** Tampilan Layar Front end halaman Produk-Produk Toko Jaya Frame

b. Tampilan Layar *Back end*

Pada Gambar 13, Menampilkan Laporan penjualan yang berhasil terjual selama periode tahunan di *website e-commerce* Toko Jaya Frame, terdapat pada Gambar 13.





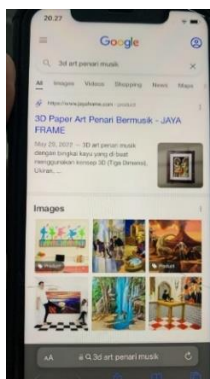
**Gambar 13.** Tampilan Layar Back end laporan Penjualan Jaya Frame

### 3.7 Search Engine Optimization (SEO)

Penerapan sebuah teknik *Search Engine Optimization* (SEO) di *website* <https://www.jayaframe.com> dengan cara menggunakan sebuah teknik *SEO On Page* agar mendapatkan optimalisasi pada halaman *website* dan isi konten pada *website* agar dapat terindex oleh mesin pencari *Google* serta bisa untuk membantu meningkatkan pengujung *website* Jaya Frame. Di *back end* menggunakan *plugin Yoast SEO* Kata kunci yang dapat mengonfigurasi *SEO Title*, *Slug/Permalink*, *Image Optimization*, *meta Deskripsi* dan konten meta situs web Toko Jaya Frame.

### 3.8 Tahap Pengujian Indexing Pada Mesin Pencari Halaman Google

Selanjutnya sudah selesai mengkonfigurasi *google*, selanjutnya *mengonfigurasi* untuk *Google Search Console*, di bagian peta situs *XML*, lalu *pengindeksan* halaman web pada *Google Search Console*, setelah itu melakukan penujian indexing pada *Google* telah terindeks atau belum. Pada Gambar 14 merupakan hasil dari penggunaan teknik SEO dengan kata kunci “3d art penari musik” pada mesin pencari *google* menampilkan halaman pertama urutan ke satu pada hari jumat, 01 Juli 2022, Pukul 20.27 WIB. Lihat foto 14 dibawah ini.



**Gambar 14.** Tampilan hasil pengujian pada mesin pencari SEO

Berikut ini adalah hasil pengujian kinerja *website* menggunakan teknik SEO, dan menggunakan strategi *marketin* Jaya Frame, serta penulis menggunakan strategi pemasaran teknik 4P pemasaran (*Product, Price, Place, dan Promotion*). Ini bisa digunakan agar meningkatkan pemasaran dan penjualan pada toko Jaya Frame, serta mendapatkan pelanggan baru tiap bulan.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan dari langkah-langkah penelitian penulis-penulis dapat menarik beberapa kesimpulan pada sistem *website e-commerce* pada Toko Jaya Frame:

Disitus *e-commerce* pada Jaya Frame, maka pelanggan mudah dan merasa tidak kesulitan untuk mendapatkan informasi tentang ketersediaan stok barang/produk. Setelah itu adanya *website E-Commerce* dan fitur-fitur untuk mencetak sebuah laporan pada sistem *E-Commerce*, yaitu dapat lebih mudah untuk staff penjualan dalam melakukan pembuatan data laporan penjualan dan diberikan kepada pemilik Toko Jaya Frame.

Dengan adanya *website E-Commerce* Jaya Frame dan penerapan strategi dengan teknik *Search Engine Optimization (SEO) On Page* dalam pencarian kata kunci, maka calon pelanggan dengan mudah menemukan Jaya Frame sebagai toko *online* yang menjual berbagai produk seperti Bingkai Frame, Lukisan, dan 3D art dan dari hari ke hari mengalami peningkatan dalam jumlah pengunjung, Lalu bisa membantu pihak manajemen untuk melakukan promosi produk kepada pelanggan secara online.

Untuk menyempurnakan penelitian selanjutnya *website e-commerce* harus tetap update dari waktu ke waktu untuk bisa bersaing dalam jangka waktu yang cukup lama dan bisa memberikan sebuah *plugin* baru dan terupdate untuk *e-commerce* khususnya di *wordpress*.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. U. Putra, “Perancangan Sistem Toko Online Pada Movement Berbasis Web,” *Infotek*, vol. 5, no. 1, pp. 7–20, 2020, [Online]. Available: [https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Butomo+Ujaya+Putra&btnG=](https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Butomo+Ujaya+Putra&btnG=)
- [2] J. M. Tupan, “Desain Pemasaran Online Berbasis Web Untuk Pemasaran Produk Kerajinan Kerang Mutiara Di Kota Ambon (Studi Kasus: Pondok Mutiara),” *ALE Proceeding*, vol. 2, no. April, pp. 158–166, 2021, doi: 10.30598/ale.2.2019.158-166.
- [3] M. I. Zamroni, A. Diana, D. Achadiani, F. T. Informasi, S. Informasi, and U. B. Luhur, “Penerapan E-Commerce Berbasis Content Management System ( Cms ) Dengan Metode Business Model Canvas ( Bmc ) Pada Toko Fajar Collection Implementation Of Content Management System ( Cms ) Using The Business Model Canvas ( Bmc ) Method At Fajar,” vol. 19, no. 1, 2022.
- [4] A. Hermawan, D. Rachel, and J. Pravitasari, “Business Model Canvas (Bisnis Model Kanvas)”.
- [5] F. Alfiah *et al.*, “Perancangan Sistem E – Commerce Untuk Penjualan Pakaian Pada Toko A & S,” vol. 6, no. 1, pp. 70–81.
- [6] I. U. W. Rulia Puji Hastanti, Bambang Eka Purnama, “Sistem Penjualan Berbasis Web ( E-Commerce ) Pada Tata Distro Kabupaten Pacitan,” *Bianglala Inform.*, vol. 3, no. 2, pp. 1–9, 2015.
- [7] A. D. Sukma, “Implementasi E-Commerce Menggunakan Cms Wordpress Pada,” vol. 3, no. 1, pp. 98–109, 2021.
- [8] W. A. Triyanto, S. S. Informasi, U. M. Kudus, P. S. Akuntansi, and U. M. Kudus, “E-Commerce untuk Strategi Peningkatan Pendapatan pada Kelompok Pengrajin Pigura ” Kliwon ” Kudus,” *J. Speed Sentra Penelit. Eng. dan Edukasi*, vol. 11, no. 2, pp. 1–5, 2019.
- [9] S. Handayani, “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi KaHandayani, S. (2018). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 10(2), 182–189. <https://doi.org/10.33096/ilkom.v10i2.310>,” *Ilk. J. Ilm.*, vol. 10, no. 2, pp. 182–189, 2018.
- [10] A. Jamira, Y. Febriani, and M. Amali, “Business Model Canvas (BMC): Sebuah Pendekatan Dalam Mendorong Mindset Kewirausahaan,” pp. 205–214, 2021, doi: 10.32528/psneb.v0i0.5169.
- [11] S. D. Purnamasari and F. Panjaitan, “Pemodelan Sistem Informasi Sebaran Pasar Menggunakan Unified Modeling Language,” *JUPI (Jurnal Ilm. Penelit. dan Pembelajaran Inform.*, vol. 4, no. 2, p. 103, 2019, doi: 10.29100/jipi.v4i2.1402.