

ANALISA DAN PERANCANGAN E-COMMERCE PADA TOKO LOBEKA_ID UNTUK Mendukung LAYANAN PENJUALAN

Roby kadir¹, Lis Suryadi^{2*}

^{1,2} Program Studi Sistem Informasi Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur

Email: 12012510109@student.budiluhur.ac.id, ^{2*}lis.suryadi@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak- Sebuah bisnis bernama Lobeka_Id menjual berbagai macam barang-barang yang modis. Dalam menjalankan bisnisnya, Toko Lobeka_Id selalu menghadapi kendala seperti kurangnya materi promosi penjualan, ketidakmampuan pelanggan untuk mengetahui ketersediaan produk, kurangnya materi keamanan untuk bertransaksi, dan kebutuhan untuk membuat laporan penjualan secara manual. Penulis mengusulkan sistem *E-Commerce* yang memanfaatkan teknologi *WordPress* dan *Content Management System* (CMS) untuk mengatasi masalah pada sistem saat ini. Penelitian ini menggunakan strategi *Search Engine Optimization* (SEO) dan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dari analisis model bisnis untuk membantu *situs web* agar mendapat peringkat baik dalam hasil mesin pencari. Pembuat menduga bahwa penyajian bisnis *online* ini akan meningkatkan penjualan, bekerja dengan pengaturan permintaan pembeli, mendorong kepercayaan klien, perincian yang tepat, dan menyelesaikan masalah yang muncul di Toko Lobeka_Id. SEO, Toko Lobeka_Id, *E-Commerce*, CMS, BMC, dan SEO

Kata Kunci: *E-Commerce*, CMS, BMC, SEO, Toko Lobeka_Id.

ANALYSIS AND DESIGN OF E-COMMERCE AT LOBEKA_ID STORE TO SUPPORT SALES SERVICES

Abstract- A business called *Lobeka_Id* sells a wide range of fashionable goods. When it comes to running its business, *Lobeka_Id Store* always faces obstacles like a lack of sales promotion materials, customers' inability to learn about product availability, a lack of security materials for transactions, and the need to manually create sales reports. The author proposes an *E-Commerce* system that makes use of *WordPress* technology and a *Content Management System* (CMS) to address the issues with the current system. This study employs the *Search Engine Optimization* (SEO) strategy and the *Business Model Canvas* (BMC) approach from business model analysis to help the website appear on the search engine results page. The creator guesses that the presentation of this online business will increment deals, work with purchaser request arrangement, encourage client trust, precise detailing, and resolve issues that emerge in *Lobeka_Id Store*. SEO, *Lobeka_Id Store*, *E-Commerce*, CMS, BMC, and SEO

Keywords: *E-Commerce*, CMS, BMC, SEO, *Lobeka_Id Store*.

1. PENDAHULUAN

Saat ini teknologi informasi berkembang pesat dan terus berkembang seiring dengan kebutuhan masyarakat. Teknologi termasuk bagian krusial dari kehidupan masyarakat sehingga mengakibatkan modifikasi strategi akuisisi pelanggan perusahaan. Usaha kecil sekaligus menengah pun terkena dampak serupa dari perubahan strategi bisnis ini sebab mereka harus beradaptasi dengan perubahan lingkungan *eksternal* yang diakibatkan kemajuan teknologi. Perdagangan elektronik termasuk salah satu cara penerapan teknologi guna mendongkrak penjualan produk beserta persaingan bisnis (*E-Commerce*). [1] "*E-Commerce* ialah sekelompok prosedur komersial yang menghubungkan perusahaan beserta konsumen melalui media elektronik dalam skala lebih besar sekaligus ketersediaan barang beserta jasa yang lebih beragam dibanding pasar tradisional". [2] Sistem informasi adalah sistem yang memiliki jaringan Sistem Pemrosesan Data (SPD) dengan saluran komunikasi yang digunakan oleh sistem organisasi data. Distribusi informasi, manajemen data, dan pengumpulan data termasuk di antara komponen proses sistem informasi. [3] Analisis sistem ialah proses membongkar sistem informasi operasional menjadi elemen penyusunnya guna mendeteksi sekaligus menilai masalah, hambatan, beserta persyaratan yang diantisipasi guna merumuskan solusi sekaligus manfaatnya. Guna mengembangkan sistem, kegiatan analisis sistem yang memanfaatkan analisis sistem berorientasi objek amat penting, dimaksudkan supaya mengurangi penekanan pada aliran proses sistem sekaligus lebih pada fungsi sistem operasi. Selain itu, model *Unified Modeling Language* (UML) dirancang memakai hasil analisis. Mempertimbangkan diagram ini bisa berfungsi selaku representasi keseluruhan sistem operasi yang mudah dipahami *user*.

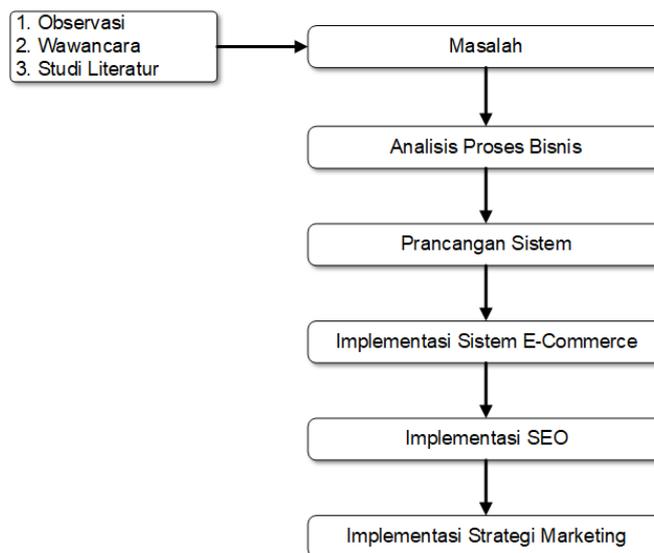
“Desain sistem adalah proses pembuatan sistem yang dipikirkan secara matang yang mencakup proses untuk mendukung operasi sistem serta tahapan operasional untuk pemrosesan data.” [4].

[5] SEO merupakan cara untuk membuat halaman di *situs web* lebih terlihat . Dengan kata lain, SEO ialah serangkaian prosedur metods yang dirancang guna meningkatkan kualitas trafik yang diterima *situs website* tertentu dari mesin pencari. SEO ialah taktik yang dipakai guna menentukan peringkat halaman *website* menurut kata kunci di mesin pencari melalui cara menguntungkan. Studi ini menunjukkan bahwa kompetensi, independensi, objektivitas, kejujuran, pengalaman kerja, dan manajemen waktu semuanya berkorelasi positif dan substansial dengan kualitas audit. Optimasi mesin pencari hadir dalam dua bentuk: *on-page* dan *off-page*. SEO *on-page* harus menjadi hal pertama yang dilakukan pengembang *situs web*. Dengan teknik ini, visibilitas dan peringkat halaman dalam hasil mesin pencari ditingkatkan dengan melakukan perubahan padanya. Dengan kata lain, SEO *on-page* adalah strategi yang digunakan untuk menaikkan peringkat mesin pencari dan meningkatkan kebahagiaan pengunjung. Berikut ini dimodifikasi sebagai teknik *on-page*: judul, konten badan, *hyperlink*, URL, *frekuensi* kata kunci, robots.txt, peta situs, dan optimasi gambar. Optimasi SEO *off-page* meningkatkan optimasi *on-page*. Biasanya, optimasi ini berkonsentrasi pada pembuatan *backlink* dan pemasaran media sosial. Dengan kata lain, optimasi SEO *off-page* adalah bagian dari optimasi *situs web* yang terjadi di luar halaman. SEO ini mencakup *blogwalking*, *pinging*, *social bookmarking*, berbagi jaringan sosial, dan pendaftaran mesin pencari. tanggung jawab, etika, dan pengekanan bagi auditor. Oleh karena itu, untuk meningkatkan standar laporan audit.[6] Tanpa pengetahuan teknis sebelumnya, orang bisa dengan mudah mengelola berserta melakukan perubahan konten *situs web* dinamis melalui bantuan *Content Management System* (CMS), sehingga tanpa keterlibatan langsung *webmaster*, siapapun penulis atau editor bisa memanfaatkan kapan saja guna menambah, menghapus, ataupun mengubah konten *situs web*. [7] Agar server pada jaringan komputer atau *internet* dapat diakses dengan mudah oleh pengguna, *domain* adalah *string* yang digunakan untuk mengidentifikasi *server*, seperti *server email* atau *server web*. Penggunaan *domain* menghilangkan kebutuhan untuk mengingat alamat *IP server* yang akan dikunjungi, karena *Domain Name Server* (DNS) telah mengonfigurasi semuanya sedemikian rupa sehingga alamat *IP server* langsung terhubung ke *domain*. [8] *Wordpress* ialah program guna membangun *blog* beserta *website*. *Content Management System* (CMS) ialah *wordpress*. CMS ialah aplikasi berbasis *website* itu sendiri. Tanpa perlu mempelajari pemrograman, siapapun bisa memakai aplikasi ini guna mengelola *situs web* sekaligus mempublikasikan kontennya, termasuk editor beserta pembuat konten. *Wordpress* mempunyai beragam manfaat, seperti bersifat *open source*, ramah dipakai pemula mempunyai beragam template, komunitas besar, sekaligus banyak plugin mencakup *Yoast SEO* beserta *Elementor*.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan melalui penelitian terapan dan penelitian kajian mendalam terhadap permasalahan bisnis yang muncul dan memberikan solusi bisnis berupa penunjang produk pada Toko Lobeka_Id melalui pemanfaatan teknologi *E-Commerce*. Gambar 1 mengilustrasikan langkah-langkah penelitian yang dilakukan untuk mengatasi masalah dalam studi ini.



Gambar 1 Tahapan Penelitian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Business Model Canvas (BMC)

[9] Business Model Canvas (BMC) merupakan framework yang memudahkan dalam menganalisa suatu model bisnis pada platform atau bisnis yang sedang dijalankan atau akan dijalankan. Dalam framework ini terdiri dari sembilan elemen yang menggambarkan setiap elemen-elemen atau unsur-unsur dalam bisnis. Dari sembilan elemen ini akan menghasilkan kerangka bisnis yang dapat memudahkan pelaku bisnis untuk memperbaiki atau menganalisa sejauh mana bisnis yang dijalankan telah berjalan.

Strategi bisnis dituangkan dalam sebuah Business Model Canvas (BMC), yang mencakup komponen-komponen dengan tujuan merancang, memodifikasi model, dan mengevaluasi sistem bisnis Toko Lobeka_Id saat ini. Hal ini digambarkan pada gambar 2.

Business Model Canvas				
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> ● Supplier ● Perbankan ● Expedisi 	<ul style="list-style-type: none"> ● Penjualan Produk ● Marketing ● Customer Service ● Proses Pengiriman ● Pembuatan website E-Commerce 	<ul style="list-style-type: none"> ● Banyak pilihan model dan size ● Harga terjangkau 	<ul style="list-style-type: none"> ● Kupon potongan harga untuk pelanggan baru ● Diskon produk pada event tertentu ● Fitur <i>Wishlist</i> ● Fitur Keranjang 	<ul style="list-style-type: none"> ● Wanita ● Dewasa ● Orang Tua
	Key Resources <ul style="list-style-type: none"> ● Toko ● Pegawai Toko ● Peralatan Packing ● Listrik ● Internet ● Handphone ● Laptop ● Domain ● Hosting 		Channels <ul style="list-style-type: none"> ● Whatsapp ● Website E-Commerce 	
Cost Structure		Revenue Streams		
<ul style="list-style-type: none"> ● Biaya Sewa Ruko ● Biaya pembelian barang melalui supplier ● Biaya Listrik ● Biaya pulsa/kuota internet ● Biaya gaji pegawai toko ● Biaya peralatan dan perlengkapan toko 		Pendapatan dari penjualan produk dan potongan harga dari <i>supplier</i>		

Gambar 2 *Business Model Canvas* Toko Lobeka_Id

Sembilan blok yang membentuk grafik *Business Model Canvas* (BMC) Toko Lobeka_Id dijelaskan sebagai berikut:

a. *Value Proposition*

Toko Lobeka_Id menjual barang dengan berbagai macam ukuran dan model dengan harga yang terjangkau sebagai salah satu keunggulan dan nilai bisnisnya.

b. *Customer Segments*

Target penjualan pada Toko Lobeka_Id adalah wanita, dewasa dan orang tua.

c. *Customer Relationship*

Customer relationship yang di terapkan pada Toko Lobeka_Id dapat mendatangkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Pelanggan yang menggunakan *situs web E-Commerce* Toko Lobeka_Id untuk melakukan pembelian akan menerima berbagai penawaran, termasuk kupon untuk pelanggan baru, diskon produk selama periode tertentu, fungsi daftar keinginan yang memungkinkan mereka menyimpan produk yang mereka sukai, dan fitur keranjang yang menarik lebih banyak pelanggan.

d. *Chanel*

Toko Lobeka_Id menggunakannya sebagai media untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan memberikan informasi produk secara mendalam. Serta sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan para pelanggan melalui *website E-Commerce* dan *Whatsapp*.

e. *Key Activities*

Kegiatan seperti menjual produk, pemasaran, memberikan layanan pelanggan, pengiriman, dan membangun *website E-Commerce* merupakan bagian dari menjalankan sebuah bisnis.

f. *Key Resource*

Toko Lobeka_Id membutuhkan sumber daya berikut agar dapat beroperasi energi, internet, telpon seluler, komputer, nama domain, hosting, perlengkapan pengemasan, staf dan toko itu sendiri.

g. *Key Partners*

Tentu saja, sejumlah pemangku kepentingan berkolaborasi dengan Toko Lobeka_Id untuk memungkinkan pelaksanaan operasi bisnis, termasuk pengadaan, keuangan dan pengeluaran.

h. *Cost Structure*

Berikut ini adalah biaya-biaya yang dikeluarkan Toko Lobeka_Id dalam menjalankan bisnisnya. Biaya-biaya yang terkait dengan gaji staf toko, pembelian produk, listrik, pulsa/*kuota internet*, dan biaya sewa toko hanyalah beberapa contoh, peralatan dan perlengkapan, pendaftaran *situs web* dan *hosting, transportasi*.

i. *Revenue Stream*

Aliran pendapatan penjualan produk memberikan pendapatan bagi Toko Lobeka_Id.

3.2 Use Case Diagram

Untuk menjelaskan interaksi umum antara pengguna sistem dan sistem lain, grafik ini menceritakan kisah tentang bagaimana suatu sistem digunakan. *Diagram use case* menggambarkan aktor beserta pertukaran yang mereka lakukan. Aktor dapat berupa manusia, sistem lain, komponen perangkat keras, atau apa pun yang berinteraksi dengan sistem [10].

Pada perancangan sistem usulan dibuat menggunakan model *Use Case Diagram* untuk menggambarkan kebutuhan fungsional sistem dari sudut pandang *user*. Adapun perancangan model sistem usulan menggunakan Sebuah studi kasus dimodelkan dalam tiga bagian. Dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3 Use Case Diagram

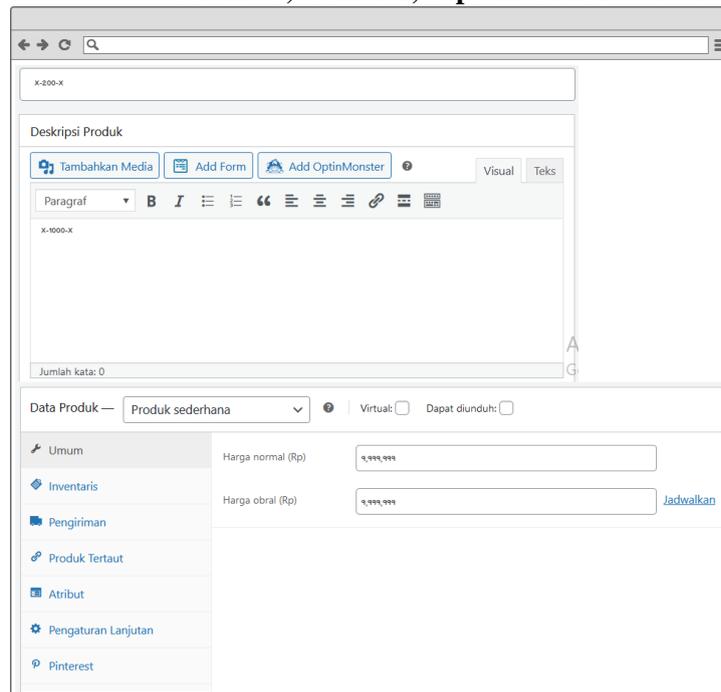
3.3 Rancangan Layar

Tampilan baris yang mudah digunakan digunakan dalam pembuatan peta layar untuk antarmuka pengguna sistem. Deskripsi fitur desain pengalaman pengguna, yang dimaksudkan untuk berfungsi sebagai layanan yang memenuhi persyaratan pengguna dan memberikan solusi untuk masalah mereka saat berinteraksi dengan sistem.

Pelanggan diharuskan mengisi kolom pendaftaran pada gambar 4, termasuk kolom teks untuk nama pengguna, alamat email, dan kata sandi, serta tombol untuk menyimpan data pendaftaran. Desain tampilan huruf terakhir untuk layar pendaftaran membantu pelanggan dalam mendaftar sebelum melakukan pemesanan. Dapat dilihat pada gambar 4.

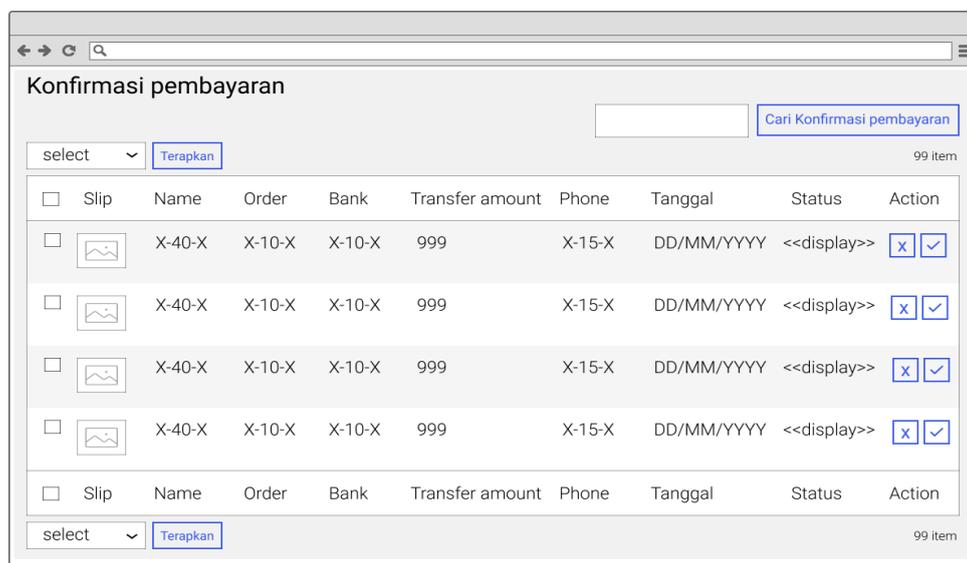
Gambar 4 Rancang Layar Registrasi

Pada tampilan layar input produk terdapat 2 bagian. Pada bagian sebelah kiri terdapat field tambah produk baru yang berisi text field nama produk, deskripsi produk, harga, SKU, jumlah stok, berat dan dimensi, serta field SEO untuk melakukan setting SEO. Pada bagian sebelah kanan terdapat *field* gambar produk dan galeri produk untuk *upload* gambar produk, *field* kategori produk untuk memilih produk sesuai kategori dan *field tag* produk yang sesuai. Terdapat juga tombol *publish* untuk menyimpan data produk. Tata letak layar entri produk adalah tata letak layar berikutnya yang akan digunakan admin untuk *input* data produk dan melakukan *setting* SEO. Dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5 Rancang Layar *Input* Produk

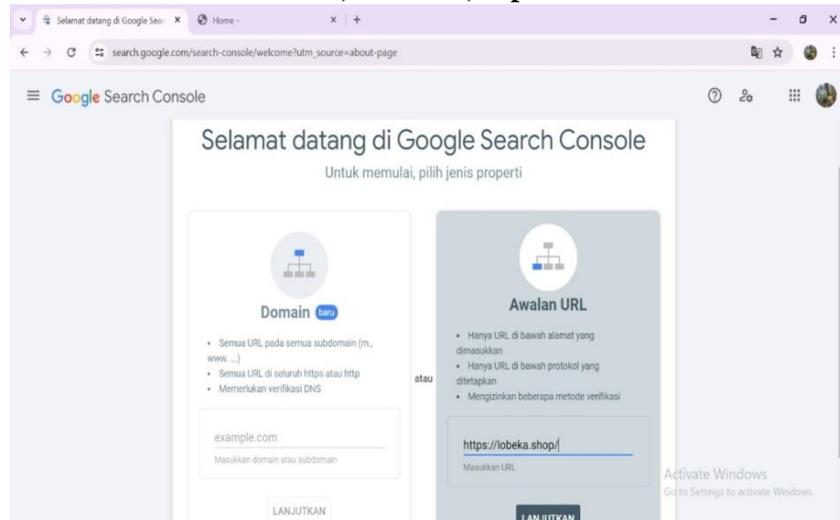
Pada rancang layar pemeriksaan pembayaran menampilkan daftar table data konfirmasi pembayaran yang telah dilakukan oleh pelanggan, antara lain *slip, name, order, bank, transfer amount, phone, tanggal, status* dan *action* dengan ceklis *button* jika pembayaran sudah sesuai dan *close button* jika pembayaran belum sesuai. Admin akan menggunakan desain layar *verifikasi* pembayaran sebagai tampilan *back-end* untuk memverifikasi pembayaran. Dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6 Rancang Layar *Verifikasi* Pembayaran

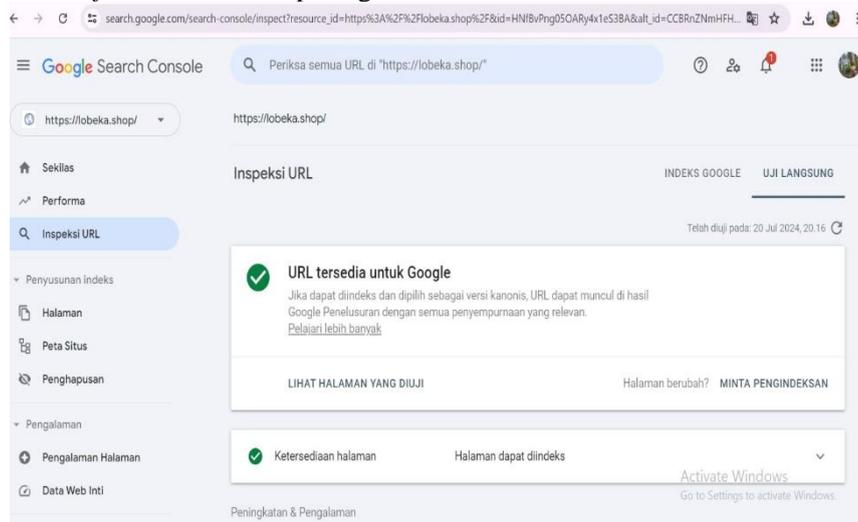
3.4 Implementasi Web E-Commerce

Mendaftarkan nama *domain* ke Google Search Console, seperti gambar 7.



Gambar 7 Mendaftarkan domain ke Google Search Console

Menampilkan verifikasi domain, seperti gambar 8.



Gambar 8 Hasil Verifikasi

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, desain dan proses *implementasi* yang digunakan pada Toko Lobeka_Id yang dijelaskan dalam penelitian ini, dapat diambil kesimpulan *website E-Commerce* Toko Lobeka_Id dikenal masyarakat luas dan memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi pembelian di Toko Lobeka_Id.

UCAPAN TERIMA KASIH

Secara khusus, penulis mengungkapkan rasa terimakasih kepada Toko Lobeka_Id atas kerjasama serta dukungan yang diberikan dalam menyediakan data dan informasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Pranasari, Diah, and Ahmad Nurafif Sidqi. 2021. "Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality Dan Kartesius." *Jurnal Akuntansi dan Manajemen (JAM)* 18(02): 12–31.
- [2] Aasinjery. (2020). *Pengantar Teknologi Sistem Informasi*. Indonesia: Aasinjery.
- [3] Santoso, Imam Aji, Ria Agustina, and Fauziah Nur Akmalia. 2021. "Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Rumah Berbasis Web Pada PT Indah Cemani Raya Balaraja." *IJacc* 2(1): 22–32.
- [4] Santoso, Imam Aji, Ria Agustina, and Fauziah Nur Akmalia. 2021. "Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Rumah Berbasis Web Pada PT Indah Cemani Raya Balaraja." *IJacc* 2(1): 22–32.
- [5] Pramudita, Yoga Dwitya, Huzaini, and Firdaus Solihin. 2019. "Penerapan metode seo on page dan off page pada web penjualan online untuk meningkatkan ranking serp." *Jurnal Ilmiah NERO* 4(2): 125–33.
- [6] Surya, Permadi. 2017. "Perancangan aplikasi e-journal on-line lppm universitas borobudur menggunakan cms ojs." *JUPITER-Jurnal Penerapan Ilmu-Ilmu Komputer* 3(2): 1–8.
- [7] Kurniansyah, M. Iqbal, and Sinar Sinurat. 2020. "Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Server Hosting Dan Domain Terbaik Untuk WEB Server Menerapkan Metode VIKOR." *Jurnal Sistem Komputer dan Informatika (JSON)* 2(1): 14–24.
- [8] Saputra, Anthony Halim, Otniel Manuel, Vania Sarwoko, and Natanael Halim. 2022. "Asistensi Mengajar Digital Marketing Di SMA Trinitas Bandung." *Jurnal Strategi* 4(1): 1–1.
- [9] Permatasari, Putri Indah, and Masruchin. 2022. "Analisa Proses Bisnis Dan Model Bisnis Pada Platform E-Commerce Syariah Salamin.Id." *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 5(1): 171–80.
- [10] Kurniawan, T. Bayu, and Syarifuddin. 2020. "Peranvangan sistem aplikasi pemesanan makanan dan minuman pada cafetaria no caffe di tanjung balai karimun menggunakan bahasa pemrograman php dan mysql." *Jurnal TIKAR* 1(2): 192–206.