

Desain Dan Implementasi *E-Commerce* Dengan *Business Model Canvas* (BMC) Guna Meningkatkan Penjualan Pada *Jayyid Shop*

Raihan Arrafidan^{1*}, Samsinar Samsinar²

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

E-mail: ^{1*}1812500427@budiluhur.ac.id, ²samsinar@budiluhur.ac.id

(* : corresponding author)

Abstrak- Teknologi informasi berkembang pesat saat ini, seiring berjalannya waktu, banyak perusahaan yang mengalihkan perhatiannya ke dunia digital, agar dapat bersaing dengan kompetitornya dalam penjualan. Hal tersebut dapat memudahkan pengguna untuk menemukan sesuatu di *Internet*. *Jayyid Shop* adalah salah satu toko yang menjual aksesoris *handphone* diantaranya *headphone*, kabel data, *charger headphone*, dan lain-lain. Saat ini *Jayyid Shop* masih melakukan penjualan dengan cara langsung ke pelanggan dan setiap data transaksi di rekap dengan menggunakan *Excel*, kurangnya media promosi untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas, sehingga seluruh proses penjualan belum efisien, pelanggan pun memiliki keterbatasan dalam mengakses produk yang dijual, dikarenakan harus datang langsung ke toko untuk melihat dan membeli produk yang diinginkan. Berdasarkan permasalahan tersebut maka dibutuhkan sebuah media penjualan secara online (*E-Commerce*) dengan menggunakan metode model bisnis yang dianalisis menggunakan *business model canvas*. *E-Commerce* dirancang memanfaatkan tools dari *Content Management System WordPress* yang bertujuan untuk memudahkan pemilik toko dan admin dalam penjualan produk, serta mempermudah pelanggan untuk mencari produk-produk yang dijual, dan meningkatkan jangkauan pasar. Hasil dari penelitian ini, *website Jayyid Shop* yang digunakan untuk jalannya proses bisnis yang sebelumnya data transaksi masih direkap menggunakan *excel* secara manual. Dengan diterapkannya *E-Commerce* pada *Jayyid Shop*, maka dapat lebih mempermudah Admin dan juga Pemilik untuk membuat laporan.

Kata Kunci: *accessories headphone, e-commerce, barang.*

Design And Implementation Of E-Commerce With Business Model Canvas (BMC) To Encrease Sales On Jayyid Shop

Abstract- *Information technology is developing rapidly nowadays, as time goes by, many companies are turning their attention to the digital world, in order to compete with their competitors in sales. This can make it easier for users to find something on the Internet. Jayyid Shop is a shop that sells cellphone accessories including headphones, data cables, headphone chargers, and others. Currently Jayyid Shop is still selling directly to customers and every transaction data is recapitulated using Excel, the lack of promotional media to reach a wider range of customers, so the entire sales process is not efficient, customers also have limitations in accessing the products being sold, due to must come directly to the store to see and buy the desired product. Based on these problems, an online sales media (E-Commerce) is needed using the business model method which is analyzed using the business model canvas. E-Commerce is designed to utilize tools from the WordPress Content Management System which aims to make it easier for shop owners and admins to sell products, as well as make it easier for customers to find products for sale, and increase market reach. The results of this study, the Jayyid Shop website which is used for running business processes, previously transaction data was still recorded using excel manually. With the implementation of E-Commerce on Jayyid Shop, it can make it easier for Admin and Owners to make reports.*

Keywords: *mobile accessories, e-commerce, item*

1. PENDAHULUAN

Waktu adalah sebuah hal yang begitu berharga di zaman globalisasi saat ini, hal tersebut dibuktikan dengan adanya berbagai tren teknologi yang berkembang sangat pesat yang bertujuan untuk mempermudah serta mempercepat pengelolaan waktu secara cermat. Tren tersebut banyak digunakan untuk penjualan *online* saat ini yang dikenal dengan *e-commerce*. Hanya dengan menggunakan internet, proses jual beli menjadi sangat mudah sehingga hal ini memberikan kemudahan kepada penjual dan pembeli untuk melakukan Transaksi [1].

Perkembangan industri *E-commerce* di Indonesia begitu cepat, apalagi ditambah dengan kebijakan baru dari pemerintah setelah adanya pandemi Covid-19 dimana kegiatan masyarakat mulai normal sebagian (*hybrid*). Dengan adanya *e-commerce* pelanggan tidak perlu datang ke toko jika ingin melakukan transaksi hanya dengan menggunakan gadget dan internet pelanggan dapat berbelanja bebas dari manapun dan kapanpun yang mereka mau [2]. Toko *Jayyid Shop* merupakan toko yang menjual aksesoris *handphone*, produk yang dijual antara lain *headphone*, kabel data, *charger handphone*, dan lain-lain. Pada proses penjualan barang, *Jayyid Shop* masih menggunakan sistem konvensional yaitu dengan cara langsung ke Pelanggan, rekap data transaksi menggunakan *excel*, serta kurangnya media promosi untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas sehingga seluruh proses penjualan yang belum efisien. Dari permasalahan tersebut, dibutuhkan sebuah media sistem *e-commerce* berbasis

Content Management System (CMS) dengan *business model canvas* dalam teknik bisnis dan penjualannya, dimana fitur yang akan disajikan dalam *e-commerce* ini adalah katalog-katalog produk dari toko, informasi harga, deskripsi detail produk, jumlah stok, metode pembayaran, informasi jasa kurir, serta informasi ongkos kirim, sehingga dapat memudahkan pemilik toko dan admin dalam melakukan penjualan produk, serta meningkatkan jangkauan pasar.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh [3] dengan topik Implementasi E-Commerce dengan Pendekatan BMC, CMS, SEO dan Strategi Mix Marketing Pada Distro XYZ. Dalam Penelitian ini terdapat permasalahan yang dihadapi yaitu kesulitan untuk mengetahui Informasi stok produk, proses pemesanan produk yang kurang efektif, dikarenakan customer harus datang langsung dan pengolahan data penjualan membutuhkan Waktu yang lama dan masuk konvensional. Hasil akhir dari penelitian ini adalah prototipe E-Commerce untuk mendukung aktivitas penjualan dan memperluas jangkauan pemasaran produk.

Pada penelitian terdahulu lainnya yang dilakukan oleh [4] dengan topik Desain dan Implementasi *E-Commerce* Berbasis Content Management System dengan Business Model Canvas Pada Maen Vape Store. Dalam Penelitian ini permasalahan yang dihadapi yaitu masih melakukan penjualan secara langsung, dimana konsumen harus datang langsung ke toko untuk membeli liquid dan aksesorisnya. Ditambah wabah virus covid-19 yang merebak di Indonesia sehingga masyarakat diwajibkan untuk menerapkan pembatasan social dengan tetap berada di rumah dan menghindari tempat-tempat umum sehingga Pelanggan yang datang untuk melakukan Transaksi pembelian atau berkunjung menjadi berkurang. Solusi yang dibuat adalah membangun website *e-commerce* berbasis CMS dengan Metode BMC. Dengan adanya website ini, pemasaran produk lebih efektif, pelanggan mudah bertransaksi secara online, data pesanan tersimpan baik, penjualan meningkat, dan informasi ditampilkan menjadi lebih informatif.

Pada penelitian lain yang dilakukan oleh [5] dengan topik Perancangan *E-Commerce* dengan Business Model Canvas untuk meningkatkan Penjualan Pada Toko Parfum, penelitian ini mengambil studi kasus di toko yang bergerak di bidang penjualan parfum. Dalam proses bisnisnya toko parfum tersebut mempunyai permasalahan, dalam proses pemesanan produk memakan waktu sedikit lama. Penjual harus memberi tahu harga produk, memeriksa stok produk yang tersedia, dan mengonfirmasi kepada pelanggan akan ketersediaan produk, sehingga memerlukan waktu lebih lama pada setiap transaksi yang terjadi. Terjadi kesalahan juga pada saat pencatatan data dan hilangnya informasi dalam bentuk kertas. Oleh karena itu, toko parfum ini membutuhkan sebuah bisnis *e-commerce* menggunakan website untuk mengatasi permasalahan tersebut. Website *e-commerce* yang dibangun berbasis content management system (CMS) dengan aplikasi WordPress.

Hasil penelitian ini berkontribusi menghasilkan bahwa website *e-commerce* berbasis CMS yang dibuat dapat memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi produk dan melakukan pemesanan secara online sehingga membuat proses penjualan menjadi lebih efisien. Dengan itu, pada penelitian ini, adanya sistem *e-commerce* yang dirancang dengan metode *business model canvas* bisa mengatasi permasalahan yang ada dan juga dapat mempermudah kelancaran aktivitas transaksi.

2. METODE PENELITIAN

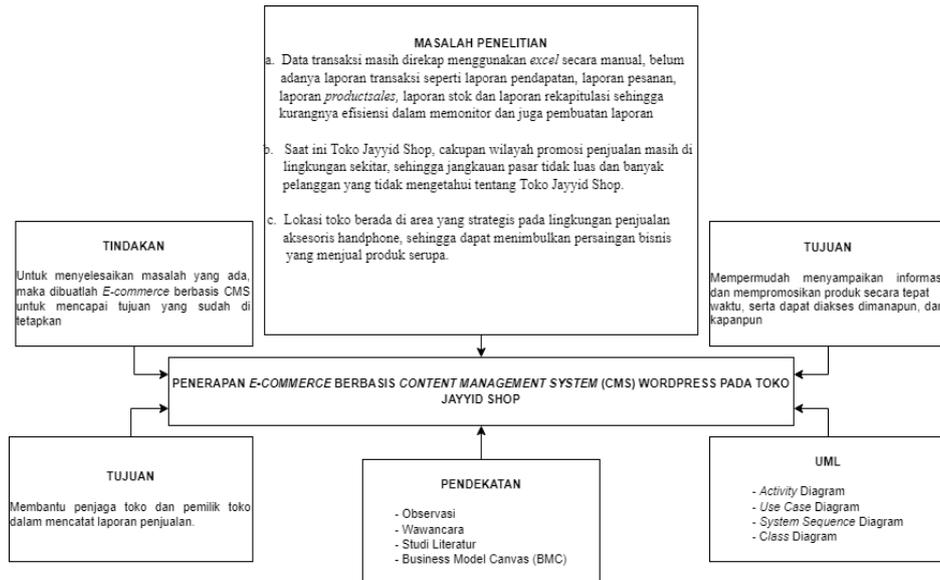
2.1. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian diawali dengan melakukan analisis beberapa masalah pada Jayyid Shop, maka diperlukan metode serta teknik Penelitian. Data diperoleh dengan cara observasi, wawancara, analisis pada dokumen yang ada, dan juga studi literatur. Analisis proses bisnis menggunakan UML Diagram, seperti *Activity Diagram*, *Use Case Diagram*, *System Sequence Diagram*, dan *Class Diagram*. Untuk mengatasi permasalahan yang ada pada Jayyid Shop, diperlukan tindakan berupa pembuatan *E-Commerce* menggunakan teknik *Content Management System (CMS)* guna untuk meningkatkan transaksi penjualan. Tahapan Penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 1:

2.2. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan harus sistematis, terstruktur dan relevan dengan topik yang dibahas. Metode pengumpulan data yang digunakan untuk melakukan penelitian ini meliputi:

- a. Observasi, Metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi yang akurat, dengan cara mendatangi langsung dan mengamati apa yang terjadi dalam proses bisnis Jayyid Shop, untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan untuk penelitian, seperti dokumen *input* dan *output*, serta proses bisnis berjalan.
- b. Wawancara, Metode ini melibatkan pengajuan pertanyaan langsung kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian, seperti pemilik Jayyid Shop. Dengan pendekatan ini, penulis dapat memperoleh wawasan informasi tentang proses bisnis saat ini dan masalah yang dihadapi pemilik dan pelanggan.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

- Analisis Dokumen, Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data, serta dokumen, catatan, bahkan laporan yang ada di Jayyid Shop, serta menganalisis dokumen yang ada untuk mendapatkan informasi terkait sistem yang dibuat.
- Studi Literatur, Metode ini dilakukan dengan melakukan studi literatur dari berbagai referensi yang berkaitan dengan masalah yang diamati dan subjek yang ditangani. Tinjauan pustaka ini dilakukan melalui jurnal dan referensi lain seperti artikel, buku dan situs *web* yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini.

2.1 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis melakukan analisis data untuk memudahkan penulis dalam proses menganalisis data yang ada, dengan cara:

- Analisis Proses Bisnis**
Analisis Proses Bisnis adalah menganalisa proses bisnis serta aktivitas bisnis yang sedang berjalan di Jayyid Shop, kemudian digambarkan dalam bentuk *Activity Diagram*.
- Analisis Masalah**
Analisis Masalah dilakukan untuk mengetahui penyebab dan akibat timbulnya masalah saat ini, dengan melakukan observasi dan juga mewawancarai pihak yang terlibat dalam penelitian, seperti pemilik toko, serta calon pelanggan untuk diidentifikasi sebagai masalah pada Jayyid Shop.
- Analisis Perancangan Sistem**
Analisis perancangan sistem merupakan hasil analisa yang diperoleh dari sistem yang sedang berjalan, yang mengarah ke model sistem baru yang diusulkan. Dalam menganalisis perancangan dibuat menggunakan *tools*, yaitu *Unified Modeling Language (UML) Diagram* yang meliputi *Use Case Diagram*, *Activity Diagram*, *Class Diagram*, dan *System Sequence Diagram*.

2.2 Metode Analisis Sistem

Pada pembuatan *e-commerce* berbasis *Content Management System (CMS)* ini, penulis menerapkan *Business Model Canvas (BMC)* untuk mengevaluasi model bisnis pada Jayyid Shop, yang menggambarkan atau merancang strategi bisnis yang ada untuk lebih baik kedepannya. Teknik analisis ini digunakan untuk mentransfer model bisnis dari objek penelitian ke Jayyid Shop dengan data yang diperoleh berdasarkan hasil wawancara, selain menggunakan teknik wawancara, analisis ini juga Dikumpulkan dari observasi dan studi literatur akan dikumpulkan dan dinilai sesuai dengan poin-poin dari *Business Model Canvas (BMC)*. Hasil yang diperoleh penulis dengan *Business Model Canvas (BMC)* dimaksudkan untuk mempermudah pekerjaan para wirausahawan dalam segala hal dan juga digunakan oleh perusahaan.

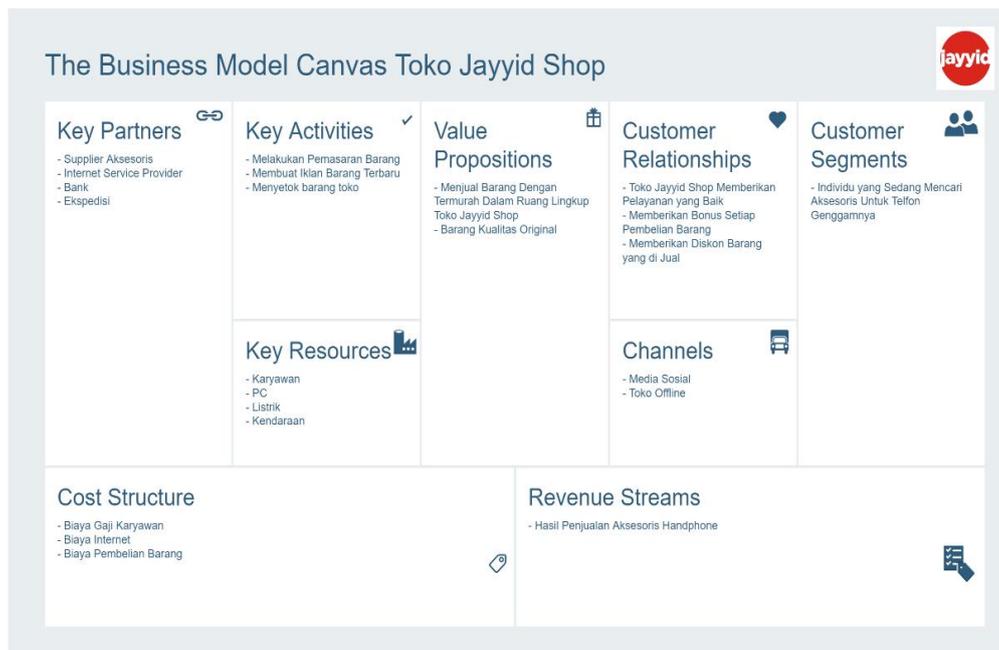
Teknik yang digunakan agar website dapat dikenal dengan mudah oleh mesin pencari sehingga dapat meningkatkan pengunjung website, terdapat 2 macam teknik SEO yaitu SEO on page dan SEO off page [6]. Pada tahapan SEO pada penelitian ini, menggunakan *Tools Yoast SEO* dan menerapkan teknik *Research* Kata Kunci dengan *Tools Ubersuggest*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Persaingan usaha dalam bidang penjualan terutama di media online terus berkembang makin pesat, terlebih pada masa endemic saat ini, oleh karena itu implementasi web *e-commerce* sangatlah dibutuhkan dengan memanfaatkan banyak fitur guna peningkatan penjualan Jayyid Shop.

3.1 Model Bisnis

Dalam Penelitian ini untuk menghasilkan suatu kerangka kerja yang membahas model bisnis dengan disajikan dalam bentuk visual berupa kanvas lukisan, agar dapat dimengerti dan dipahami dengan mudah [7].



Gambar 2. Business Model Canvas

Pada Gambar 2. menjelaskan, *Business Model Canvas* yang terdiri dari 9 elemen, yang merangkum semua proses bisnis mulai dari *Key Partners*, *Key Activities*, *Key Resources*, *Value Proposition*, *Customer Relationship*, *Channel*, *Customers Segments*, *Cost Structure*, *Revenue Streams*, yaitu:

Semua elemen *Business Model Canvas* Jayyid Shop, dapat dijelaskan sebagai berikut:

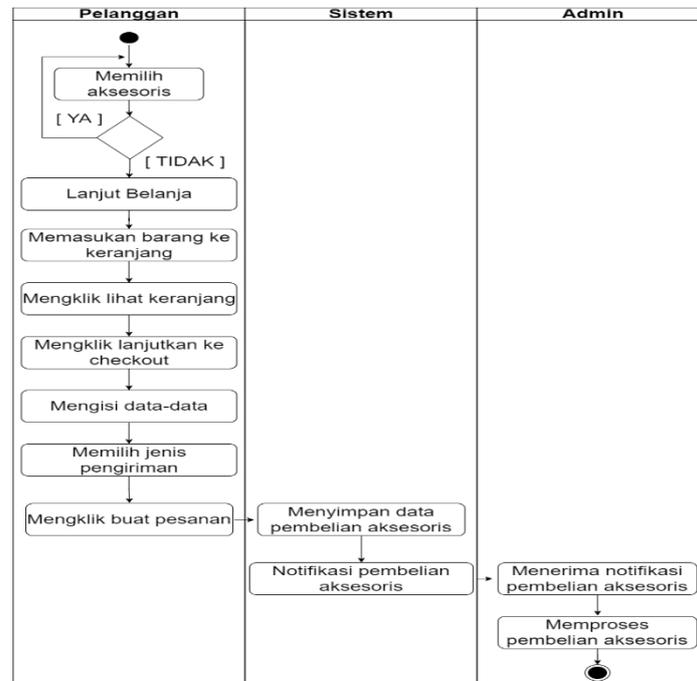
- Key Partners:** merupakan pihak-pihak yang melakukan kerjasama, yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja Jayyid Shop, diantaranya yaitu, *supplier* aksesoris, *internet service provider*, ekspedisi dan bank.
- Key Activities:** merupakan aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan layanan aktivitas bisnis yang berkaitan dengan sebuah penjualan barang. Aktivitas di Jayyid Shop saat ini adalah pemasaran barang, membuat iklan barang terbaru, serta menyetok barang untuk di jual di Jayyid Shop.
- Key Resources:** merupakan sumber daya yang terpenting bagi perusahaan, agar dapat berjalan sesuai dengan rencana *Business Model Canvas* yang sudah dirancang. Sumber daya yang ada pada Jayyid Shop, diantaranya yaitu, karyawan, pc, listrik, dan juga kendaraan.
- Value Proposition:** merupakan sebuah *value* atau nilai yang ditawarkan Jayyid Shop yang akan diberikan kepada pelanggan, seperti menjual barang dengan harga termurah dalam ruang lingkup Jayyid Shop, dan juga menjual aksesoris dengan kualitas original.
- Customer Relationship:** merupakan elemen yang dimana perusahaan menjalin ikatan dengan pelanggan dengan baik, Jayyid Shop memberikan pelayanan yang baik, memberikan bonus setiap pembelian barang, memberikan diskon barang yang dijual.
- Channels:** merupakan suatu metode dalam hal menawarkan sesuatu ke pelanggan. Jayyid Shop menggunakan metode seperti, media sosial (*instagram*), dan juga toko *offline*.
- Customer Segment:** merupakan sebuah sasaran pasar dari perusahaan. *Customer Segment* pada Jayyid Shop yaitu individu yang sedang mencari aksesoris untuk telfon genggamnya.
- Cost Structure:** merupakan biaya yang di buat oleh Jayyid Shop untuk menciptakan *Value Proposition* kepada pelanggan. Seperti, biaya gaji karyawan, biaya *internet*, dan biaya pembelian barang.
- Revenue Streams:** merupakan bagian paling penting dalam memperoleh pendapatan Jayyid Shop dari pelanggan. Pendapatan Jayyid Shop didapatkan dari hasil penjualan aksesoris *handphone*.

3.2 Alur Bisnis

Untuk menggambarkan alur bisnis, digunakan *Activity Diagram* yang berfungsi sebagai alur dari proses bisnis yang terjadi pada sistem.

a. Proses Pemesanan Barang

Pada Gambar 3 merupakan proses dimana pelanggan memilih aksesoris untuk di beli, jika masih ada yang ingin di beli pelanggan bisa memilih kembali aksesoris lainnya, jika tidak, pelanggan melanjutkan belanjanya serta memasukan aksesoris yang sudah dipilih kedalam keranjang belanja.



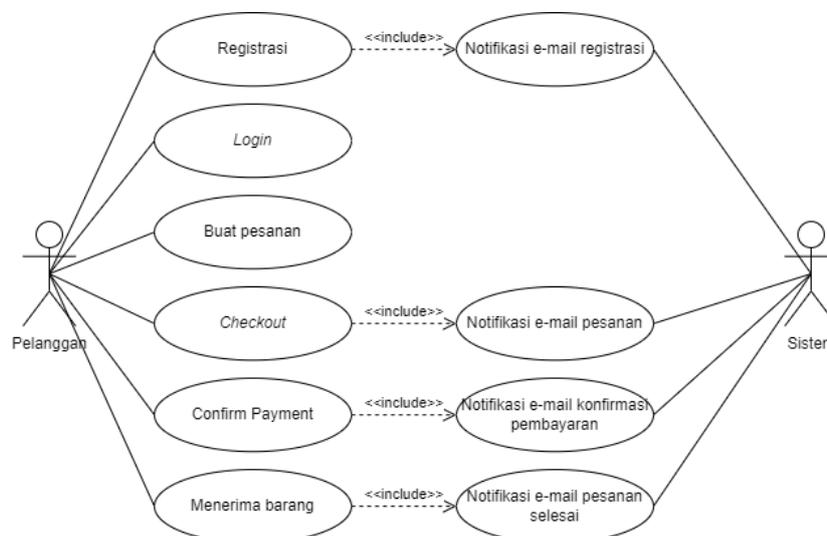
Gambar 3. Proses Pemesanan Barang

3.4 Use Case Diagram

Pada diagram ini merupakan penggambaran hubungan pengguna sistem dengan sistem itu sendiri dengan sebuah alur apa yang terjadi di proses sistem.

a. Use Case Diagram Pelanggan

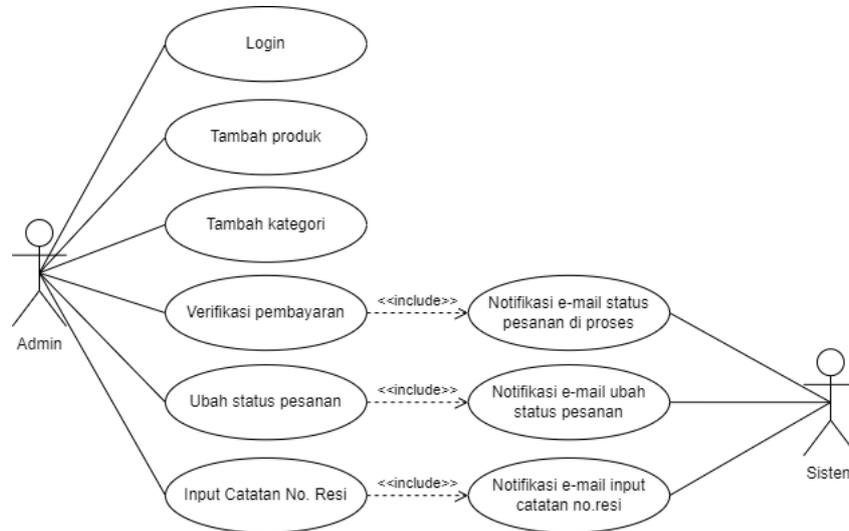
Pada Gambar 4 dibawah ini merupakan *Use Case Diagram* Pelanggan yang terdapat pada Toko Jayyid Shop ini berisikan aktivitas-aktivitas pelanggan, seperti membuat pesanan, *checkout*, konfirmasi pembayaran, sampai menerima barang. Berikut *use case diagram* pelanggan.



Gambar 4. Use Case Diagram Pelanggan

b. *Use Case Diagram Admin*

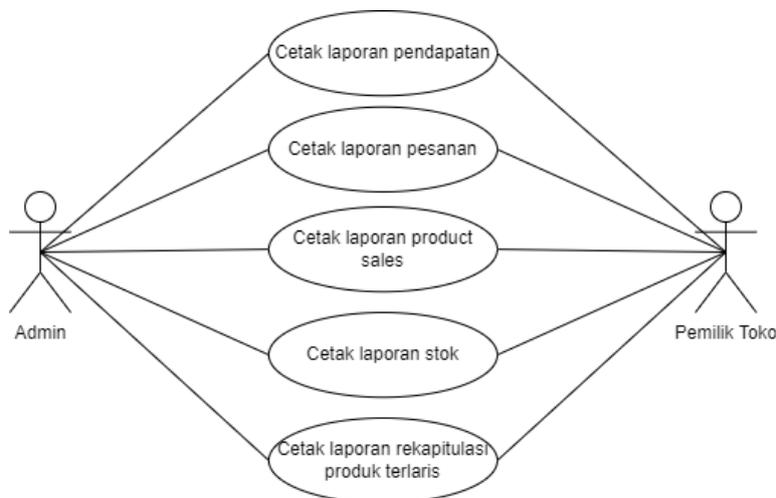
Pada Gambar 5 dibawah ini merupakan *Use Case Diagram Admin* yang terdapat pada Toko Jyyid Shop ini berisikan aktivitas-aktivitas admin, seperti tambah produk, tambah kategori, verifikasi pembayaran, ubah status pesanan, sampai input catatan nomor resi. Berikut *use case diagram* admin.



Gambar 5. *Use Case Diagram Admin*

c. *Use Case Diagram Laporan*

Pada Gambar 6 dibawah ini merupakan Pada *Use Case Diagram Laporan*, ada beberapa aktivitas yang dilakukan oleh admin, yaitu:



Gambar 6. *Use Case Diagram Laporan*

3.5 *Class Diagram*

Model data sistem *e-commerce* yang di desain dalam penelitian ini yaitu *Class Diagram* yang merupakan hubungan antara setiap kelas dan dijelaskan secara rinci dalam model desain suatu sistem [9].

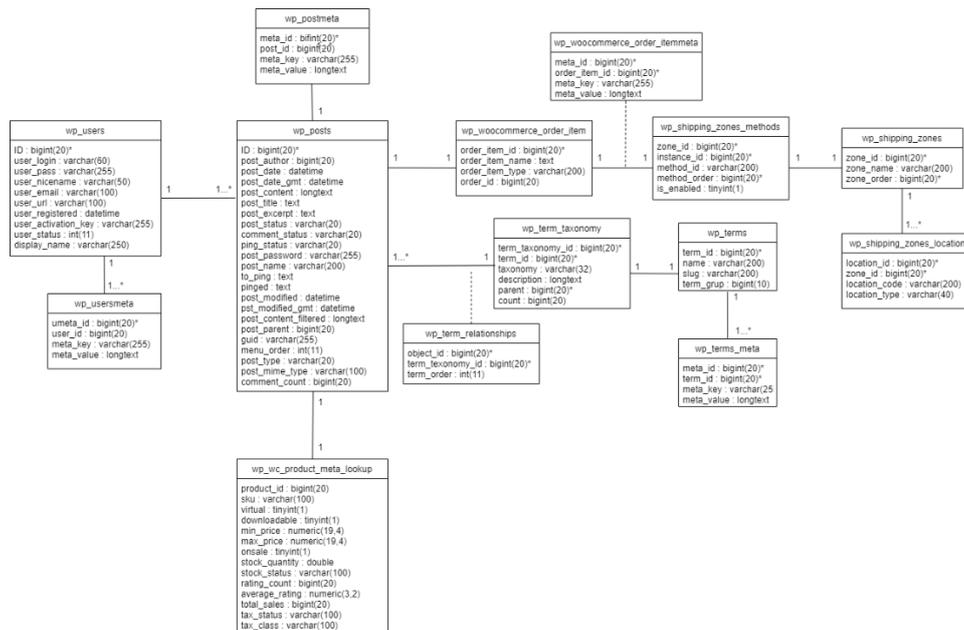
Pada Gambar 7. dibawah ini merupakan *Class Diagram* yang di usulkan dalam rancangan pembuatan *E-Commerce* pada Jyyid Shop.

3.6 *Tampilan Layar*

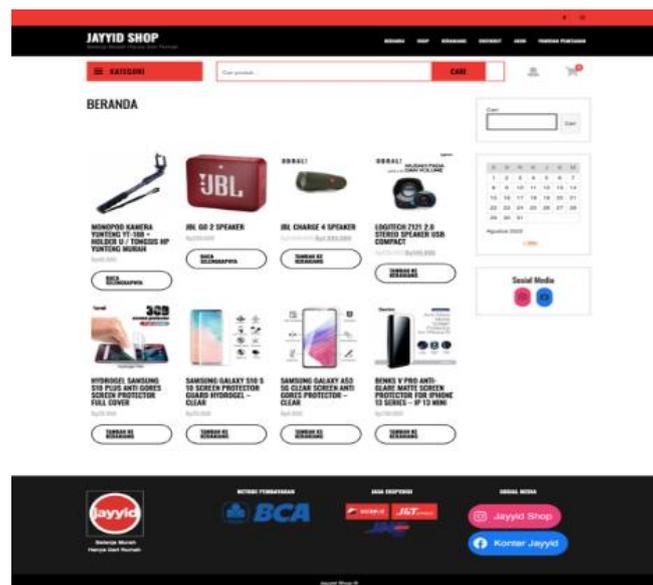
User Interface atau layar antar muka merupakan gambaran dari halaman dimana *user* dapat berinteraksi langsung dengan komputer.

a. Beranda

Tampilan layar Beranda yang dibuat untuk halaman utama dari *website e-commerce* Jyyid Shop, dimana akan terlihat produk-produk terbaru yang dijual oleh Jyyid Shop, yang terlihat pada Gambar 8:



Gambar 7. Class Diagram



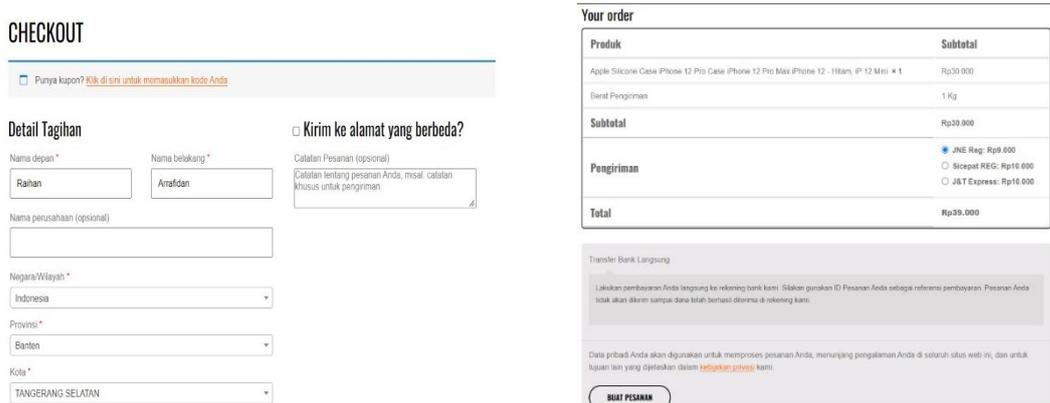
Gambar 8. Tampilan Layar Beranda

b. Checkout

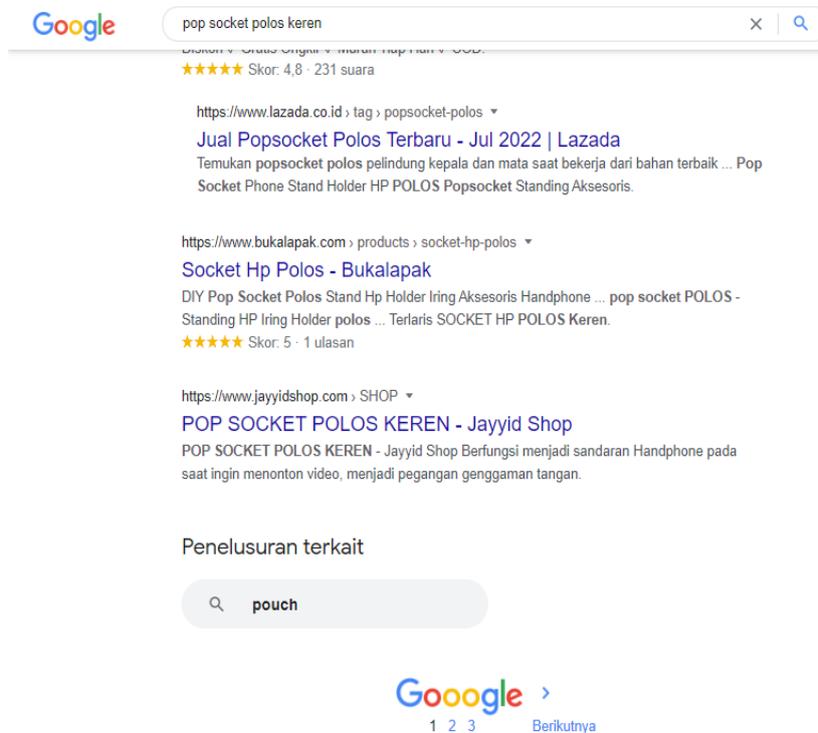
Tampilan layar *Checkout* ini dibuat untuk pelanggan menginput form pengiriman sebelum pelanggan membuat pesanan di Toko Jayyid Shop, yang terlihat pada Gambar 9.

3.7 Implementasi Hasil Search Engine Optimization (SEO)

Teknik agar web *e-commerce* dapat dikenal oleh mesin pencari google yang dapat berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan pengunjung yaitu dengan menggunakan Teknik SEO. Dalam teknik ini optimasi harus dilakukan dengan cara mengaktifkan plugin yang mendukung pada konfigurasi dalam CMS Jayyid Shop. Pada Gambar 10. adalah hasil dari penggunaan Strategi SEO yang telah di implementasikan pada penelitian ini



Gambar 9. Tampilan Layar Checkout



Gambar 10. Tampilan Pencarian Pada Mesin Pencari

3.8 Pengujian Menggunakan *BlackBox Testing*

Menurut Pengujian [10] fungsional *software* tanpa mengetahui struktur internal program (*no knowledge*)

a. Melakukan Pengujian Halaman *Register*

Untuk hasil pengujian halaman *register*, bisa dilihat pada Tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Pengujian Halaman *Register*

No.	Scenario Pengujian	Test Case	Hasil Yang diharapkan	Hasil Pengujian	Kesimpulan
1.	Akses Web jayyidshop.com	Melihat tampilan web	Rapih tidak ada kesalahan	Rapih tidak ada kesalahan	Valid
2.	Registrasi	Alamat Pengguna : rayhannar Alamat email: pbhraiha@gmail.com Password: rayhan123	Berhasil Registrasi	Berhasil Registrasi	Valid

- b. Pengujian Terhadap proses *Checkout* dan pembayaran
Untuk hasil pengujian terhadap proses *checkout* dan pembayaran, bisa dilihat pada Tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2. Pengujian Terhadap proses *Checkout* dan pembayaran

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

4. KESIMPULAN

Setelah menganalisis masalah yang terdapat pada Jayyid Shop serta mencari solusi untuk permasalahan tersebut, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Data transaksi masih direkap menggunakan *excel* secara manual, belum adanya laporan transaksi seperti laporan pendapatan, laporan pesanan, laporan *product sales*, laporan stok dan laporan rekapitulasi sehingga kurangnya efisiensi dalam memonitor dan juga pembuatan laporan. Dengan diterapkannya *E-Commerce* pada Jayyid Shop, maka dapat lebih mempermudah Admin dan juga Pemilik untuk membuat laporan.
- Saat ini Jayyid Shop, cakupan wilayah promosi penjualan masih di lingkungan sekitar, sehingga jangkauan pasar tidak luas dan banyak pelanggan yang tidak mengetahui tentang Jayyid Shop. Dengan dibuatkannya *E-Commerce* pada Toko Jayyid Shop, maka meningkatkan penjualan dan pemasaran produk.
- Lokasi toko berada di area yang strategis pada lingkungan penjualan aksesoris handphone, sehingga dapat menimbulkan persaingan bisnis yang menjual produk serupa. Dengan adanya *E-commerce* pada Jayyid Shop, maka meningkatkan penjualan dan pemasaran produk.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Alwiyah dan G. Gata, "E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Sepatu Sneakers Bintaro," *J. IDEALIS*, vol. 2, no. 6, pp.345-350, 2019.
- [2] Y. Apridiansyah dan A. Wijaya, "Aplikasi E-Commerce Hasil Laut Bengkulu Dengan Penerapan Algoritma Seo Menggunakan Model Sematik Web," *J. Sist. Inf. dan E-Bisnis*, vol. 1, no. 5, pp. 194–200, 2019.
- [3] A. Gunawan dan A. U. Hamdani, "Implementasi E-Commerce Dengan Pendekatan Bmc, CMS, SEO dan Strategi Mix Marketing," *Proceeding Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset dan Inovasi Teknologi)*, vol. 5, no. 1, pp.733-740, 2021.
- [4] S. Samsinar dan R. H. Santoso, "Desain dan Implementasi E-Commerce Berbasis Content Management System dengan Business Model Canvas pada Maen Vape Store," *J. Sist. dan Teknol. Inf.*, vol. 9, no. 2, pp. 75-80, 2021.
- [5] P. Arief Indrawan dan A. Diana, "Perancangan E-Commerce dengan Business Model Canvas untuk Peningkatan Penjualan pada Toko Parfum," *J. Telemat.*, vol. 15, no. 1, pp. 19–28, 2020.
- [6] M. K. Mittal, N. Kirar, dan J. Meena, "Implementation of Search Engine Optimization : Through White Hat Techniques," *Proc. - IEEE 2018 Int. Conf. Adv. Comput. Commun. Control Networking, ICACCCN 2018*, vol. 5, no. 2, pp. 674–678, 2018.
- [7] A. Sovia Pramudita, "Formulasi Model Bisnis Hostel di Bandung dengan Pendekatan Value Chain dan Business Model Canvas (Studi Kasus: Pini Backpacker)," *ISEI Bus. Manag. Rev.*, vol. 2, no. 1, pp. 32–38, 2018.
- [8] M. I. Monoarfa, Y. Hariyanto, dan A. Rasyid, "Analisis Penyebab bottleneck pada Aliran Produksi briquette charcoal dengan Menggunakan Diagram fishbone di PT. Saraswati Coconut Product," *Jambura Ind. Rev.*, vol. 1, no. 1, pp. 15–21, 2021.
- [9] G. A. P. Noor dan Samsinar, "Implementasi E-Commerce Menggunakan Content Management System Untuk Pemasaran Produk Pada Lumi," *Jurnal IDEALIS*, vol. 3, no. 1, pp. 552–559, 2020.
- [10] D. I. Permatasari, "Pengujian Aplikasi menggunakan metode Load Testing dengan Apache JMeter pada Sistem Informasi Pertanian," *J. Sist. dan Teknol. Inf.*, vol. 8, no. 1, pp.135-139, 2020.