

Pengembangan E-Commerce Menggunakan Metode Business Model Canvas (BMC) Pada Toko Amira Bucket

Samsinar¹, Nada Permatasari²

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

Email: ^{1*}samsinar@budiluhur.ac.id, ²permatasarinada@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

Histori artikel:

Naskah masuk, xx November 2021

Direvisi, xx November 2021

Diiterima, xx November 2021

Kata Kunci:

Buket
Penjualan Online
Pemasaran
SEO
BMC

ABSTRAK

Abstract- Covid-19 has changed the global economic trends. E-commerce has grown rapidly in recent years and has become increasingly intense due to the Covid-19 pandemic. Amira Bucket shop sells various kinds of bouquets. It still uses the conventional way of offering and selling its bouquet products. The current pandemic situation, sales turnover has decreased. Therefore, an online sales media facility is needed as a solution to existing problems. This study applies the Business Model Canvas method (Value Proposition, Customer Segment, Channel Customer Relationship, Revenue Streams, Key Activities, Key Resources, Key Partners, Cost Structure) which is used to analyze the Amira Bucket Store business model so that it can produce maximum performance. The result of this study is an e-commerce system for the Amira Bucket Store. The system can be a means to market the products offered more broadly by using the Search Engine Optimization feature and can increase sales turnover.

Abstrak- Covid-19 telah mengubah tren ekonomi global. E-Commerce telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir dan menjadi semakin intens karena pandemi Covid-19. Toko Amira Bucket adalah sebuah toko yang menjual berbagai macam buket yang masih menggunakan cara konvensional dalam menawarkan dan menjual produk buketnya ditambah situasi pandemi yang terjadi saat ini omset penjualan pun menjadi menurun. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah sarana media penjualan secara online sebagai solusi atas permasalahan yang ada. Penelitian ini menerapkan metode Business Model Canvas (Value Propotition, Customer Segment, Channel Customer Relationship, Revenue Streams, Key Activities, Key Resources, Key Partners, Cost Structure) yang digunakan untuk menganalisis model bisnis Toko Amira Bucket sehingga dapat menghasilkan kinerja yang lebih maksimal. Hasil dari penelitian ini yaitu sistem e-commerce untuk Toko Amira Bucket yang dapat menjadi sarana untuk memasarkan produk yang ditawarkan menjadi lebih luas dengan menggunakan fitur Search Engine Optimizitation dan dapat meningkatkan omset penjualan.

Copyright © 2019 LPPM - STMIK IKMI Cirebon
This is an open access article under the CC-BY license

Penulis Korespondensi:

Samsinar

Program Studi Sistem Informasi,

Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

Jl. Raya Ciledug Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan, Indonesia

Email: samsinar@budiluhur.ac.id

1. Pendahuluan

Pandemi telah menghancurkan banyak aspek kehidupan sehari-hari di mana pemerintah di seluruh dunia perlu membuat masyarakatnya menjalani *lockdown* yang berkepanjangan. Para pelaku usaha harus melalui penerapan langkah-langkah untuk kelangsungan bisnisnya. Munculnya pandemi covid-19 berdampak pada individu, keluarga, perusahaan mikro dan makro, juga perekonomian negara-negara di dunia [1]. Pemerintah Indonesia berusaha menyelesaikan masalah dengan mengeluarkan beberapa kebijakan khususnya di bidang perekonomian agar pandemi covid-19 ini tidak menyebabkan resesi ekonomi jangka panjang. Perusahaan besar, menengah dan kecil bisa tahan untuk melakukan beberapa langkah konkret untuk menjaga hasil produksi tetap dapat dipasarkan. Saat ini *E-Commerce* merupakan salah satu teknologi yang cukup berkembang pesat dalam bidang pembelian dan penjualan barang dan jasa melalui jaringan elektronik seperti internet [2].

Saat ini tren memberikan hadiah kepada anak muda atau memberikan hadiah berupa buket bunga sudah menjadi hal yang biasa. Namun terkadang hadiah buket bunga akan layu dan menjadi sampah. Buket snack, buket kerudung, dan buket bunga palsu merupakan salah satu alternatif hadiah buket bunga, selain lebih terjangkau juga bisa untuk dimakan, digunakan dan dipajang, sehingga lebih bermanfaat.

Toko Amira Bucket merupakan suatu bisnis yang bergerak dibidang penjualan produk buket, seperti buket *snack*, buket kerudung, dan buket bunga palsu. Saat ini Toko Amira Bucket masih menggunakan cara konvensional dalam menawarkan dan menjual produk buketnya ditambah situasi pandemi yang terjadi saat ini omset penjualan pun menjadi menurun. Instagram sebagai media yang hanya digunakan oleh pemilik toko dalam mempromosikan produknya kepada para pengikut dan calon pembeli Toko Amira Bucket, begitu *Whatsapp* yang hanya dimanfaatkan oleh pemilik toko untuk mempromosikan produknya kepada kerabat atau teman melalui fitur *story Whatsapp*, karena media yang digunakan si pemilik toko untuk mempromosikan produknya kurang maksimal sehingga menyebabkan kurangnya informasi yang diketahui oleh calon pembeli tentang produk yang ingin dibeli dan mengakibatkan kurang maksimalnya penjualan produk buket di Toko Amira Bucket.

Beberapa media yang sudah dimanfaatkan oleh pemilik Toko Amira Bucket, tidak adanya media yang khusus untuk melayani penjualan secara daring menyebabkan sering kesulitannya si pemilik toko mencari bukti transfer pembayaran dari pelanggan, bukti pengiriman (nomor resi)

untuk pelanggan atau file data penjualan yang mengakibatkan sering terhambatnya proses penjualan ke calon pembeli. Oleh karena itu pemilik toko membutuhkan sebuah sistem dengan konsep *e-commerce* untuk menangani beberapa permasalahan dalam hal penjualan daring tersebut. Penelitian ini dilakukan untuk memaksimalkan penjualan produk buket pada Toko Amira Bucket menggunakan website *e-commerce* sebagai media yang akan meningkatkan kemudahan berbelanja, memfasilitasi para pembeli, dan memudahkan pelayanan pemesanan secara daring bagi pemilik Toko Amira Bucket.

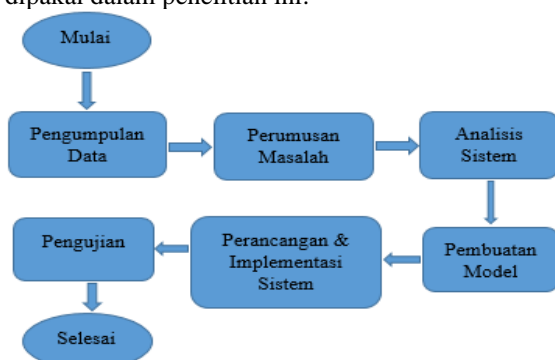
Penelitian ini bertujuan mempersiapkan serta membuat sistem penjualan daring yang diharapkan menjadi solusi untuk Toko Amira Bucket dalam memperluas jangkauan area penjualan. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik yang dibahas yaitu: Penelitian oleh [3] dengan judul “Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Buket Bunga Kain Flanel Florist Menggunakan Metode Waterfall”, Toko Florist adalah sebuah UKM yang merupakan karya seni kerajinan tangan yang menggunakan media sosial yaitu Instagram, kerajinan tangan yang dijual. Zeeflorist terbuat dari kain flannel, Zeeflorist-ID membuat kerajinan tangan dalam berbagai bentuk bunga, penelitian ini mempunyai permasalahan sistem penjualan masih menggunakan Instagram, target penjualan tidak tercapai karena tidak banyak orang yang tahu. Metode yang digunakan yaitu metode perancangan perangkat lunak waterfall yang diharapkan dapat membantu dalam memecahkan permasalahan tersebut. Hasil dari penelitian ini dibuatkan sebuah website penjualan buket bunga yang memanfaatkan media online sebagai alat bantu mempermudah dalam pengolahan data transaksi, dengan cara yang lebih efisien, serta memudahkan dalam pencarian data, perbaikan dan rekap data agar dapat meningkatkan penjualan dan dikenal oleh masyarakat secara umum.

Penelitian oleh [4] dengan judul “Penerapan Penjualan Berbasis E-Commerce Pada Jakartasneakers Sebagai Solusi Bisnis Dalam Pandemi Covid-19 Menggunakan Business Model Canvas (BMC) dan *Interaction Flow Modeling Language* (IFML)”. Jakarta Sneakers merupakan toko yang bergerak dibidang penjualan sepatu yang memiliki masalah dengan terdampaknya penjualan karena covid-19. Covid-19 membuat penurunan penjualan pada toko Jakarta Sneakers hingga 80%. Selain itu faktor lain yang membuat penurunan ditengah wabah covid-19 adalah dengan masih menggunakannya proses penjualan yang fokus pada penjualan *offline*. Solusi yang dipilih adalah dengan cara mengubah proses penjualan dari hanya fokus pada penjualan *offline* ke pasar penjualan *online*.

Penelitian lain [5] berjudul “Pembuatan Website Berbasis E-commerce Menggunakan Bussiness Model Canvas Pada Toko Brassica Florist”, permasalahan yang terjadi dalam penelitian yang dilakukan ini, antara lain; Kurangnya Informasi produk bunga, karena setiap *customer* yang ingin membeli bunga hanya mengirim by foto (*Request*) tidak mengetahui dengan detail produk yang dijual oleh Brassica Florist, kurangnya pemanfaatan promo-promo / diskon produk yang dijual oleh Brassica Florist, dengan memanfaatkan data *customer* yang sudah ada. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memudahkan *customer* dalam melihat detail dan harga di setiap produk – produk yang dijual oleh Brassica Florist, dan meningkatkan jumlah & loyalitas *customer* dengan data yang dimiliki untuk dimanfaatkan sebagai media promosi pada produk yang dijual. Berdasarkan hasil penelitian ini maka dengan adanya website ini memudahkan pemilik toko/admin dalam pemasaran produk-produk, sehingga *customer* bisa memilih pesanan produk yang sesuai dan dengan adanya website ini memudahkan *customer* dalam mendapatkan kupon kode untuk promo – promo yang di berikan oleh Brassica Florist. Hasil dan kesimpulan dari penelitian ini adalah website penjualan berbasis *e-commerce* dapat dijadikan sebagai media promosi, mempermudah proses penjualan yang dilakukan secara *online*, serta dapat mempermudah dalam pengolahan data. Perbedaan yang ada penelitian ini, peneliti membangun website penjualan *e-commerce* menggunakan *business model canvas*. Hasil dari penelitian ini yaitu pemasaran produk secara online pada Toko Amira Bucket meluas dengan adanya menggunakan fitur *Search Engine Optimizitation*.

2. Metode

Metode penelitian merupakan tahapan-tahapan yang dilakukan dengan cara memulai penelitian dengan mendefinisikan metodologi yang dipakai guna memecahkan permasalahan dalam penelitian. Pada Gambar 1 dapat dilihat alur penelitian yang dipakai dalam penelitian ini:



Gambar 1. Alur Penelitian

- a. Pengumpulan Data
Pengumpulan data diawali dengan melakukan pengumpulan data yang berasal dari observasi secara langsung wawancara kepada pemilik Toko Amira Bucket
- b. Perumusan Masalah
Setelah pengumpulan data dilakukan hasil yang didapat dilakukan perumusan masalah yang merujuk kepada literature-literatur terkait kemudian dianalisis permasalahan yang terjadi sebab akibatnya dengan solusi yang dipecahkan pada sistem.
- c. Analisis Sistem
Setelah dilakukan perumusan masalah alur berikutnya adalah menganalisis sistem yang berjalan saat ini yang dijadikan acuan didalam tahap menganalisis model bisnis.
- d. Pembuatan Model
Dalam penelitian ini model bisnis yang digunakan adalah *Business Model Canvas* yang berfungsi untuk mengevaluasi model bisnis yang sudah diterapkan pada Toko Amira Bucket, memungkinkan untuk menggambar dan mendesain agar strategi bisnis yang sudah ada menjadi lebih berkembang.
- e. Perancangan dan Implementasi Sistem
Setelah model bisnis dibuat tahap selanjutnya adalah merancang dan membangun sistem *e-commerce* menggunakan CMS Wordpress yang dijadikan sebagai media penjualan secara online. Penggambaran terhadap apa yang ada pada sistem menggunakan *Activity Diagram* dan *Use Case Diagram*. *WordPress* merupakan salah satu layanan internet, di samping layanan lainnya seperti surat elektronik, media sosial (medsos), dan sebagainya [6]. Implementasi dilakukan menggunakan media online (*hosting*) dan domain agar dapat diakses dari lingkup area mana saja secara luas. Strategi marketing juga dilakukan dengan menerapkan implementasi SEO.
- f. Pengujian
Setelah tahapan implementasi dilakukan kemudian sistem *e-commerce* di *testing* atau diuji terlebih dahulu agar menghindari terjadinya kesalahan, testing dilakukan menggunakan *Black Box Testing*.

3. Hasil dan Pembahasan

Persaingan bisnis terutama dalam penjualan produk buket akhir-akhir ini cukup berkembang pesat baik sebelum pandemi terjadi maupun saat masa pandemi. Untuk itu dilakukan pengembangan dengan memanfaatkan media *e-commerce* yang mengadopsi fitur-fitur informasi, serta *event-event* yang dilakukan yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan Toko Amira Bucket dan memperluas

jangkauan pemasaran ditengah situasi penyebaran virus covid-19.

3.1. Model Bisnis

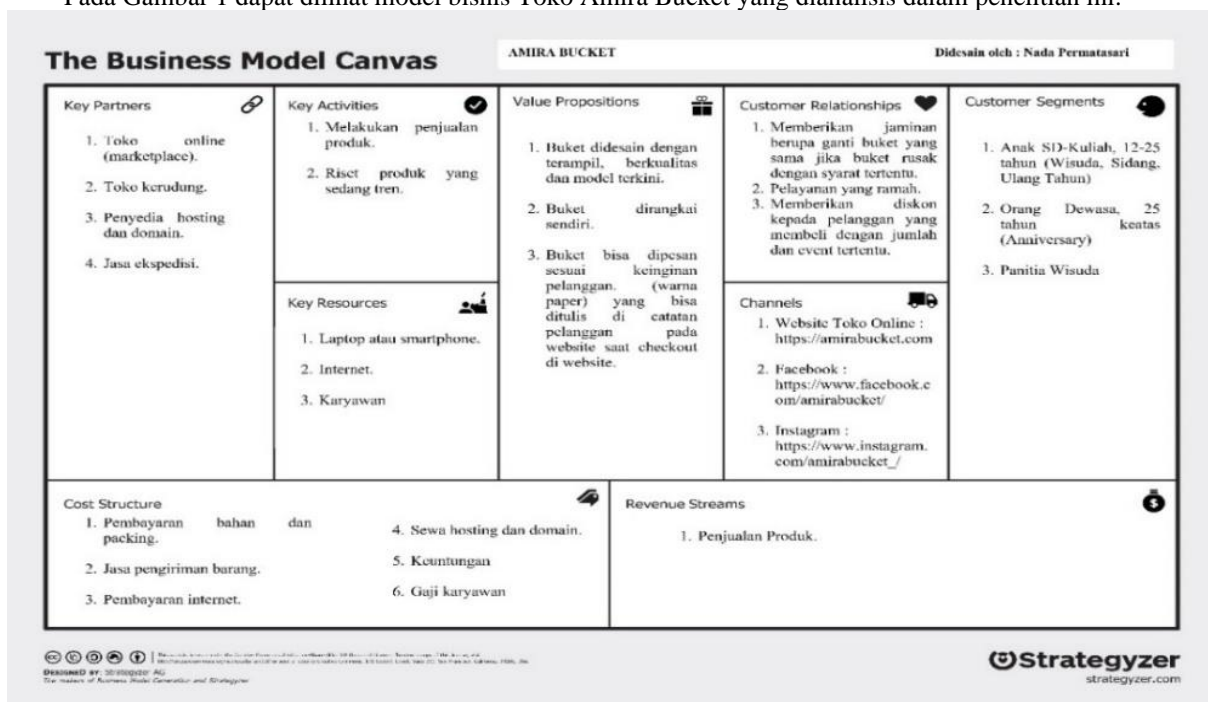
Pada penelitian ini menggunakan *Business model canvas* (BMC) yang menunjukkan kerangka kerja untuk mengulas model bisnis secara visual melalui lukisan kanvas, sehingga mudah dipahami [7].

Elemen-elemen model bisnis yang digunakan ditunjukkan pada Gambar 2 yang dideskripsikan dan dianalisis dalam penelitian ini untuk Toko Amira Bucket adalah:

- Value Propotion* Toko Amira Bucket yang ditawarkan terhadap konsumen yaitu produk buket didesain dengan terampil, berkualitas, model terkini, dirangkai sendiri, dan bisa dipesan sesuai keinginan pelanggan (warna paper).
- Customer Segment* yang dituju oleh Amira Bucket sangat spesifik yaitu mulai dari anak SD-Kuliah 12-25 tahun (wisuda, sidang, ulang tahun), orang dewasa 25 tahun keatas (Anniversary), dan panitia wisuda.
- Channel* merupakan media sebagai sarana promosi produk buket pada Toko Amira Bucket yang memanfaatkan web penjualan online Amira Bucket (<https://amirabucket.com/>), & medsos berupa facebook.com/amirabucket/ dan instagram.com/amirabucket_
- Customer Relationship* merupakan strategi dalam menjaga hubungan kepada konsumen

- terhadap Toko Amira Bucket berupa memberikan jaminan berupa ganti buket yang sama jika buket rusak dengan syarat tertentu, pelayanan yang ramah, dan mengadakan diskon produk di hari tertentu.
- Revenue Streams* adalah dana masuk yang didapatkan oleh Toko Amira Bucket dari penjualan produk buket.
- Key Activities* adalah aktivitas inti yang dikerjakan Toko Amira Bucket agar memberikan nilai atau manfaat yaitu melakukan penjualan produk dan riset produk yang sedang tren.
- Key Resources* merupakan sumber daya yang dimiliki oleh Amira Bucket agar kelebihan yang dimiliki dapat terwujud dan terlihat sehingga bias dinikmati oleh konsumen, *key resource* yang ada di Toko Amira Bucket berupa laptop atau smartphone, internet, dan sumberdaya manusia (karyawan).
- Key Partners* merupakan kolega yang bekerjasama dengan fungsi untuk memperlancar kegiatan utama yang dilakukan, Toko Amira Bucket bekerja sama kepada toko online (*marketplace*), toko kerudung, penyedia hosting dan domain, serta jasa ekspedisi.
- Cost Structure* adalah seluruh pengeluaran Toko Amira Bucket seperti pembayaran bahan dan *packing*, jasa pengiriman barang, pembayaran internet, sewa *hosting* dan *domain*, keuntungan, gaji karyawan.

Pada Gambar 1 dapat dilihat model bisnis Toko Amira Bucket yang dianalisis dalam penelitian ini:



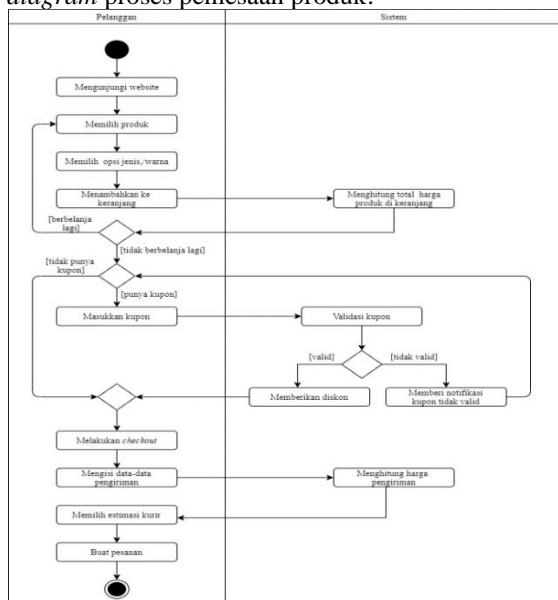
Gambar 2. Business Model Canvas

3.2. Alur Bisnis

Pada penelitian ini alur bisnis digambarkan menggunakan *Activity Diagram* yang menjelaskan berbagai alur dari aktivitas didalam sistem yang sedang dibuat, bagaimana masing-masing aktivitas dimulai, kejadian yang mungkin terjadi, serta bagaimana berakhirnya sistem tersebut [8].

a. Proses Pemesanan Produk

Pada proses ini pelanggan masuk kedalam website, lalu pelanggan memilih menu toko, lalu pelanggan memilih produk yang tersedia, lalu memilih opsi yang tersedia, kemudian memasukkannya ke dalam keranjang, ketika pelanggan ingin melanjutkan berbelanja maka pelanggan kembali ke dalam menu toko untuk kemudian memilih produk lain yang ingin dibeli, jika pelanggan memutuskan untuk melakukan pembayaran maka pelanggan memilih menu *cart* dan sistem akan menghitung estimasi harga yang harus dibayarkan pelanggan, lalu pelanggan memilih *checkout*, apabila memiliki kupon diskon maka pelanggan akan memasukkan kode kupon tersebut untuk memperoleh potongan harga dan men-*checkout* pesanan, bila 1x24 jam tidak dibayar, maka pesanan akan dibatalkan, kemudian pelanggan mengisi *form checkout*, setelah itu lanjut dengan memilih ekspedisi untuk pengiriman barang, setelah itu sistem akan menghitung total tagihan pembayaran, lalu pelanggan klik buat pesanan. Pada Gambar 3 dapat dilihat *Activity Diagram* proses pemesanan produk:

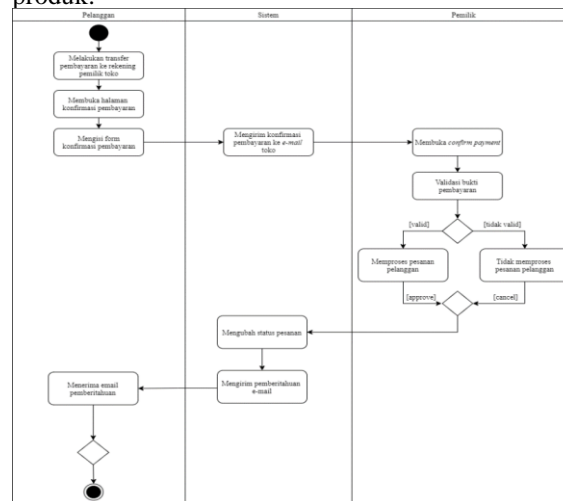


Gambar 3. Alur Proses Pemesanan Produk

b. Proses Pembayaran

Pada proses pembayaran ini menjelaskan bahwa setelah pelanggan melakukan transfer ke rekening yang tertera dalam rincian pembayaran, kemudian pelanggan memfoto bukti pembayaran, kemudian

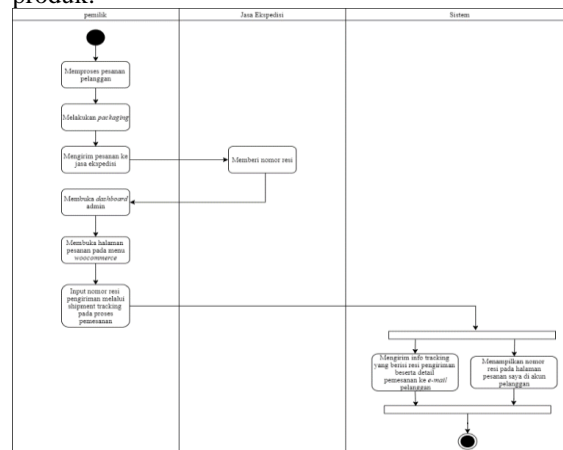
pelanggan masuk kedalam menu my account, kemudian memilih sub menu pesanan, lalu klik *confirm payment*, kemudian pelanggan mengisi form yang tersedia kemudian submit, sistem akan menyimpan data *form confirm payment* ke dalam *database* yang kemudian akan di konfirmasi admin pada laman *dashboard* admin, lalu admin memilih menu *confirm payment* kemudian memilih action *checklist* sebagai konfirmasi bahwa pelanggan telah melakukan pembayaran. Pada Gambar 4 dapat dilihat *Activity Diagram* proses pembayaran produk:



Gambar 4. Alur Proses Pembayaran

c. Proses Pengiriman Produk

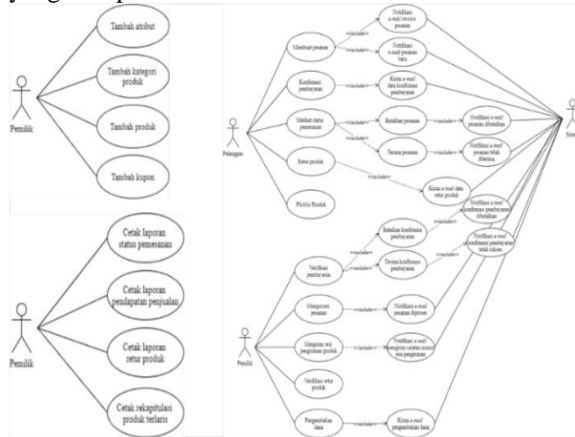
Pada Proses Pengiriman Produk ini menjelaskan jika pembayaran terkonfirmasi maka pemilik akan memproses pesanan pelanggan, dan melakukan *packaging* lalu mengirimkan pesanan ke jasa ekspedisi, setelah menerima nomor resi pengiriman dari jasa ekspedisi pemilik mengirimkan nomor resi tersebut ke pelanggan melalui *e-mail* dan menampilkan nomor resi tersebut ke halaman pesanan pada akun pelanggan. Pada Gambar 5 dapat dilihat *Activity Diagram* proses pengiriman produk:



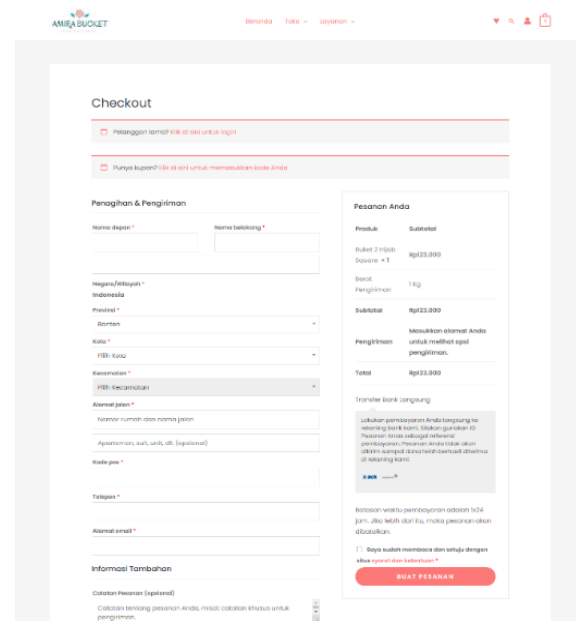
Gambar 5. Alur Proses Pengiriman Produk

3.3. Use Case Diagram

Diagram yang menggambarkan hubungan antara *user* dan sistem itu sendiri dengan sebuah cerita bagaimana sebuah sistem dipakai [9]. Pada Gambar 6 dapat dilihat *Use case diagram website* yang diimplementasikan Toko Amira Bucket:



Gambar 6. Use Case Diagram



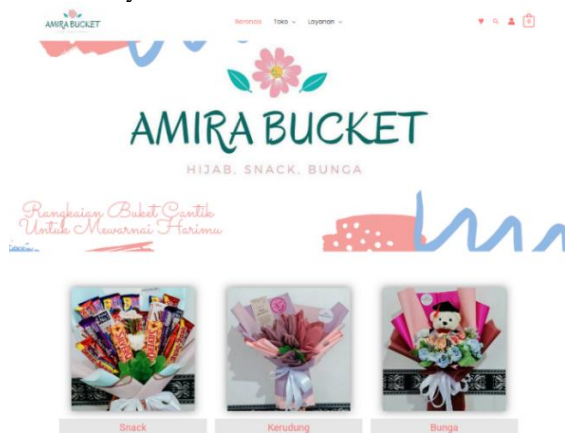
Gambar 8. Interface Checkout

3.4. Interface

Antarmuka pengguna atau *user interface* (UI) adalah suatu istilah yang digunakan untuk menggambarkan tampilan dari komputer yang berinteraksi langsung dengan pengguna [10].

a. Beranda

Beranda merupakan bagian utama web amirabucket.com yang dapat diakses oleh pelanggan dan pelanggan dapat melakukan interaksi didalamnya. Pada Gambar 7 dapat dilihat halaman layar beranda:



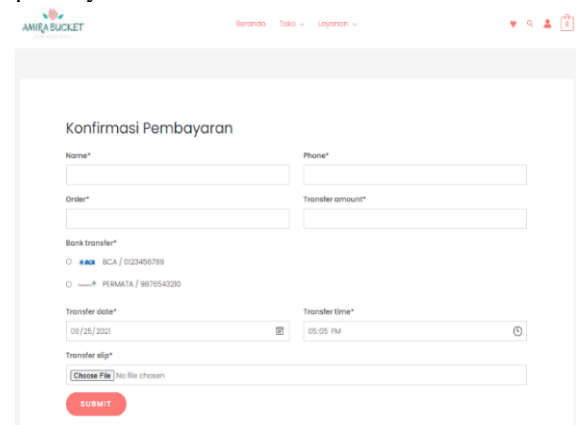
Gambar 7. Interface Beranda Amira Bucket

b. Checkout

Halaman *checkout* adalah bagian dimana jika pelanggan telah selesai dalam menentukan pilihan buket yang dimasukkan pada *cart* (keranjang), halaman ini berisikan inputan data-data pelanggan yang dibutuhkan untuk pengiriman. Pada Gambar 8 dapat dilihat *Interface checkout*:

c. Confirm Pembayaran

Pada halaman konfirmasi pembayaran ini merupakan proses apabila pelanggan sudah selesai membayar terhadap pesanan yang dilakukan pada web Toko Amira maka pelanggan wajib mengkonfirmasi atas pembayaran tersebut agar proses berikutnya dapat dilanjutkan. Pada Gambar 9 dapat dilihat *interface* halaman konfirmasi pembayaran:

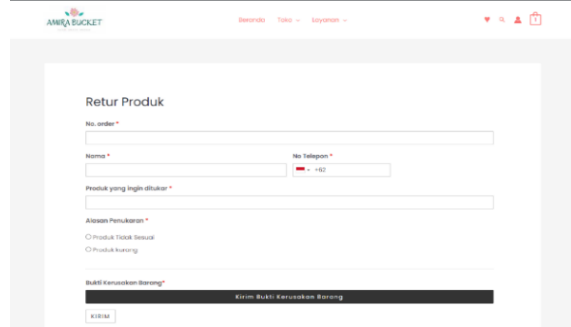


Gambar 9. Interface Confirm Pembayaran

d. Retur Produk

Halaman retur ini merupakan proses yang dapat dilakukan oleh pelanggan apabila produk buket yang di pesan tidak sesuai atau mengalami kerusakan maka dapat dilakukan penukaran. Pada halaman retur produk ini berisi input data buket yang dipesan yang akan diretur oleh pelanggan dengan mengunggah file gambar bukti yang kemudian akan diverifikasi pihak Toko Amira

Bucket terlebih dahulu. Pada Gambar 10 dapat dilihat *Interface* halaman retur produk:



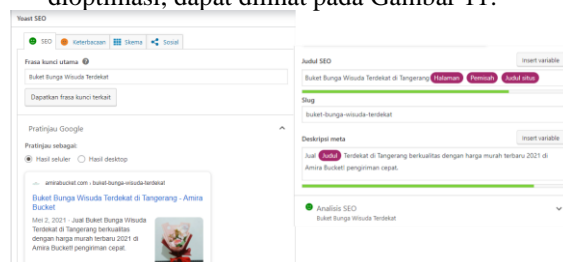
Gambar 10. Interface Retur Produk

3.5. Search Engine Optimization (SEO)

SEO merupakan 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 [11].

Tahapan dalam melakukan optimasi SEO adalah dengan cara mengaktifkan *plugin* yang mendukung dalam konfigurasi CMS web Toko Amira Bucket:

- Menentukan *keywords*, judul SEO, *slug*, dan meta deskripsi yang digunakan bermacam-macam sesuai dengan halaman yang akan dioptimasi, dapat dilihat pada Gambar 11:



Gambar 11. Implementasi SEO

- Menambahkan teks alt pada gambar untuk memaksimalkan SEO, yang dapat dilihat pada Gambar 12 :



Gambar 12. Keyword Alternatif

- Implementasi hasil teknik SEO yang telah dilakukan pada penelusuran *google* dari produk yang sudah terbit di mesin pencari *google*, pada **Error! Reference source not found.** dapat dilihat hasil penelusuran yang didapatkan pada tanggal 25 Juni 2021:



Gambar 13. Implementasi Pencaria Keywords pada Google

3.6. Strategi Marketing

Untuk mencapai strategi yang tepat harus dilakukan analisis dan pemilihan segmen pasar dalam menggambarkan kelompok target sasaran yang diinginkan perusahaan, hal ini merupakan strategi marketing [12]. Pemanfaatan media-media sosial seperti Instagram (https://www.instagram.com/amirabucket_/) dan Facebook (<https://www.facebook.com/amirabucket/>) menjadi bagian dari strategi marketing yang dilakukan dalam menyebarkan informasi tentang produk yang dipasarkan oleh Toko Amira Bucket kepada masyarakat menjadi segmen pasar yang dapat langsung terhubung ke web *e-commerce* Toko Amira Bucket (<https://amirabucket.com/>)

3.7. Pengujian

Tahap pengujian dilakukan menggunakan Black Box Testing, dimana pengujian dilakukan terhadap aplikasi atau cara kerja dari aplikasi tersebut dari sisi *user interface* bukan dari baris logika sistem. Uji coba dilakukan terhadap seluruh modul yang ada pada sistem dengan berbagai input dilakukan untuk mengevaluasi apakah sistem sudah sesuai yang diharapkan.

Berikut ini tabel pengujian yang dilakukan menggunakan black box testing:

Tabel 1. Hasil Pengujian Black Box

Skenario Pengujian	Kasus Pengujian	Hasil yang diharapkan	Hasil Pengujian	Kesimpulan
Tambah Produk	Masukkan seluruh data produk, dan klik tombol Terbitkan	Data produk berhasil ditambahkan	Sesuai	Normal
Ubah Jumlah Stok Produk	Klik bagian jumlah stok produk yang akan di ubah kemudian klik tombol Perbarui	Data Produk berhasil di ubah	Sesuai	Normal
Hapus Produk	Pada produk yang diinginkan untuk dihapus dan klik bagian tempat sampah	Data produk berhasil dihapus	Sesuai	Normal
Apa yang terjadi jika data email tidak diisi dan langsung meng-klik tombol Daftar	Mengosongkan field isian email dan langsung klik tombol Daftar	Sistem akan menolak akses pendaftaran dan tampil pesan kesalahan: "Silahkan masukkan alamat email yang valid"	Valid	Valid (Sesuai yg diharapkan)

4. Kesimpulan

Penelitian ini dapat di simpulkan bahwa dengan adanya situs *e-commerce* ini, Toko Amira Bucket dapat melakukan kegiatan promosi sebagai media transmisi informasi melalui penggunaan fungsi

optimasi mesin pencari (SEO) dan website Amira Bucket (<https://amirabucket.com/>). Hal ini dapat memperluas jangkauan pasar bagi pelanggan khususnya di luar wilayah Tangerang. Dengan tersedianya web penjualan online ini pula, pemilik Amira Bucket dapat mengetahui metode penjualan, sehingga penjualan yang lebih efektif melalui penggunaan website *e-commerce* memungkinkan bagi pelanggan untuk melakukan pembelian kapan saja dan dimana saja, sehingga dapat meningkatkan volume transaksi yang diperoleh Toko Amira Bucket. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan sistem agar dapat berjalan dengan baik.

Saran penulis untuk penelitian ini yaitu agar dilakukan pelatihan dan dibuatkan buku manual sebagai panduan tentang penggunaan sistem *e-commerce* yang telah dibuat untuk diberikan kepada pihak Toko Amira Bucket supaya jika terjadi kendala dapat membantu menyelesaikan permasalahan, kemudian dilakukan evaluasi dan *maintenance* setiap bulannya agar *website* ini terus stabil dan berkembang, terus lakukan sosialisasi kepada pelanggan tentang *website* ini serta fitur-fitur yang ada di dalam *website* agar memudahkan pelanggan dalam mengakses *website* dan melakukan transaksi. Pihak toko diharapkan dapat membeli sarana/prasarana dengan spesifikasi yang mendukung implementasi sistem *e-commerce* yang sudah dibuat dan terus melakukan update plugin agar sistem *e-commerce* dapat terus berkembang.

Penelitian ini masih dapat terus dikembangkan untuk perbaikan selanjutnya yaitu dapat ditambahkan lagi metode pembayaran yang lebih banyak mengikuti tren model saat ini yang sedang berkembang, penerapan SEO yang sudah dibuat masih terdapat kekurangan, sehingga perlu dilakukan pengembangan kembali.

Ucapan Terima kasih

Pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan terlibat pada penelitian ini, yaitu kepada Bapak Rektor, Depan FT dan Direktur Riset dan PPM, serta rekan-rekan Dosen Prodi SI Universitas Budi Luhur yang telah mendukung dalam penyelesaian penelitian ini dan ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Owner dan Staf dari Toko Amira Bucket atas kepercayaan dan kesempatan yang telah diberikan untuk melakukan Riset penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] Y. K. Dwivedi *et al.*, "International Journal of Information Management Impact of COVID-19 pandemic on information management research and practice : Transforming education, work and life," *International Journal Information Management*, vol. 55, pp. 1–20, 2020
- [2] Kasmi and A. N. Candra, "Penerapan Commerce Berbasis Business to Costumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu," *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, vol. 15, no. 2, pp. 109–116, 2017.
- [3] Y. Nuryamin and S. D. Saraswati, "Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Buket Bunga Kain Flanel Florist Menggunakan Metode Waterfall," *Jurnal Riset Komputer*, vol. 5, no. 5, pp. 449–453, 2018.
- [4] A. Noermansyah and L. Suryadi, "Penerapan Penjualan Berbasis E-Commerce Pada Jakartasneakers Sebagai Solusi Bisnis Dalam Pandemi Covid-19 Menggunakan Business Model Canvas (BMC)," in *SENDIU 2020*, 2020, pp. 48–54.
- [5] D. Renca and H. Hasugian, "Pembuatan Website Berbasis E-Commerce Menggunakan Business Model Canvas Pada Toko Brassica Florist," *IDEALIS*, vol. 2, no. 6, pp. 256–264, 2019.
- [6] J. Cabot, "A Content Management System to Democratize Publishing," *IEEE Software*, vol. 35, no. 3, pp. 89–92, 2018.
- [7] D. Eisape, "The Platform Business Model Canvas a Proposition in a Design Science Approach," *Am. Journal of Management Science and Engineering.*, vol. 4, no. 6, pp. 91–107, 2019.
- [8] Zulkifli, "Rancang Bangun Website E-Learning Dengan Pemodelan UML," *Intecom Journal of Information Technology Computer Science*, vol. 1, no. 2, pp. 159–167, 2018.
- [9] K. T. Bayu, "Perancangan Sistem Aplikasi Pemesanan Makanan dan Minuman Pada Cafeteria No Caffe Di Tanjung Balai Karimun Menggunakan Bahasa Pemograman PHP dan MySQL," *Jurnal TIKAR*, vol. 1, no. 2, pp. 192–206, 2020.
- [10] M. N. El Ghiffary, T. D. Susanto, and A. H. Prabowo, "Analisis Komponen Desain Layout, Warna, Dan Kontrol Pada Antarmuka Pengguna Aplikasi Mobile Berdasarkan Kemudahan Penggunaan (Studi Kasus: Aplikasi OIride)," *Jurnal Teknik ITS*, vol. 7, no. 1, pp. 143–148, 2018.
- [11] M. Hayaty and D. Meylasari, "Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi," *Jurnal Informatika.*, vol. 5, no. 2, 2018.
- [12] N. T. Hariyanti and A. Wirapraja, "Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)," *Jurnal Eksekutif*, vol. 15, no. 1, pp. 133–146, 2018.