

UPAYA MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN UMKM DENGAN OTOMATISASI PROSES BISNIS PENJUALAN BERBASIS E-COMMERCE

Lis Suryadi

Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

ABSTRAK

Industri e-commerce juga membuka lebih banyak peluang bisnis baru, serta menghasilkan dampak beruntun (trickle-effect) bagi industri di sektor pendukung, seperti logistik, infrastruktur IT, perkembangan teknologi dan banyaknya penggunaan gadget, khususnya oleh anak muda, menjadi salah satu penyebab E-Commerce berkembang sangat pesat di Indonesia karena banyak Millennials yang berlomba-lomba untuk terjun ke dunia E-Commerce tersebut, agar mereka bisa mengembangkan bisnisnya dengan mudah, salah satu UMKM yang mulai beralih dari model bisnis konvensional ke e-commerce adalah toko Kidz Zone, toko ini menjual barang berupa mainan anak dengan berbagai macam mainan anak seperti boneka, mainan edukasi, mobil-mobilan, dan masih banyak lainnya. Proses bisnis penjualan yang digunakan selama ini banyak mengalami permasalahan, diantaranya produk tidak terlalu dikenal banyak oleh pembeli, jangkauan penjualan masih terbatas dan hanya melayani pembeli yang berbelanja secara langsung datang ke toko, tidak tersedianya media promosi, stok barang tidak update. Tujuan dari penelitian ini untuk memberikan alternative solusi yang dapat membantu Kidz Zone dalam menyelesaikan permasalahan yang ada yaitu membuat rancangan sistem informasi penjualan dengan menggunakan sistem e-commerce. Metode analisa bisnis yang digunakan adalah metode Business Model Canvas, untuk desain rancangan menggunakan Unified Modeling Language (UML). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan mengidentifikasi kebutuhan bisnis, sistem e-commerce dapat menyediakan fitur fungsional kunci dan informasi real time yang memenuhi kepuasan pelanggan. Dengan Sistem E-Commerce ini diharapkan dapat membantu memasarkan barang terbaru serta dapat meningkatkan hasil penjualan karena pelanggan dapat melakukan transaksi di manapun dan kapan saja.

Kata-kata Kunci: E-commerce, Kidz Zone, Business Model Canvas

EFFORTS TO IMPROVE MSME SALES OMSET BY AUTOMATING THE E-COMMERCE-BASED SALES BUSINESS PROCESS

ABSTRACT

The e-commerce industry also opens up more new business opportunities, and generates a trickle-effect for industries in supporting sectors, such as logistics, IT infrastructure, technological developments and the high use of gadgets, especially by young people, to be one of the causes of E-commerce. -Commerce is growing very rapidly in Indonesia Now many Millennials are also competing to enter the world of E-Commerce, so that they can develop their business easily, one of the MSMEs that is starting to switch from conventional business models to e-commerce is the Kidz Zone Store This shop sells items in the form of children's toys with various kinds of toys such as dolls, educational toys, toy cars, and many others. The sales business process used so far has had many problems, including products that are not well known by buyers, the sales term is still limited and only serves buyers who shop directly to the store, unavailability of promotional media, and stock items are not updated. The purpose of this study is to provide alternative solutions that can help Kidz Zone in solving existing problems, namely making a sales information system design using an e-commerce system. The business analysis method used is the Business Model Canvas method, for design design using the Unified Modeling Language (UML), the results show that by identifying business needs, e-commerce systems can provide key functional features and real time information that meet customer satisfaction. With this E-Commerce System, it is hoped that it can help market the latest goods and can increase sales results because customers can make transactions anywhere and anytime..

Keywords: E-commerce, Kidz Zone, PHP, Business Model Canvas

Korespondensi: Lis Suryadi, S.Kom., M.Kom. Universitas Budi Luhur. Jalan Ciledug Raya, Petukangan Utara, Jakarta Selatan, 12260. DKI Jakarta, Indonesia. Email: lis.suryadi@budiluhur.ac.id

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis merupakan sebuah kompetisi antara para penjual yang sama-sama berusaha ingin mendapat keuntungan, pangsa pasar, serta jumlah penjualan yang tinggi. Persaingan bisnis ini sudah menjadi sesuatu yang wajib dalam berbisnis pelaku bisnis termasuk pelaku bisnis sistem tradisional maupun online.

Toko Kidz Zone salah satu pelaku UMKM yang begitu merasakan bagaimana persaingan bisnis itu, salah satu faktor yang menjadi kelemahan yaitu proses bisnis yang dilakukan selama ini masih bersifat konvensional yaitu menunggu pembeli datang ke toko.

Memanfaatkan teknologi informasi adalah salah satu solusi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha, yaitu sistem penjualan berbasis e-commerce seperti yang dilakukan toko Kidz Zone. Kidz Zone salah satu usaha yang bergerak di bidang penjualan, khususnya penjualan mainan anak. Selain faktor persaingan dan sistem yang masih konvensional, masih banyak masalah lain yang dihadapi pada toko Kidz Zone dalam menjalankan usahanya, diantaranya perubahan cara berbelanja pelanggan, saat ini pelanggan cenderung berbelanja online melalui aplikasi, masalah berikutnya media promosi, media promosi yang dilakukan saat ini dirasa kurang efektif, tidak menggunakan media elektronik untuk dijadikan alat untuk promosi, tidak tersedianya laporan-laporan yang dapat memberikan informasi bagi pemilik usaha, keterbatasan jangkauan penjualan juga menjadi masalah, dengan penjualan berbasis *e-commerce*, diharapkan membantu pengusaha Kidz Zone

meningkatkan omset penjualan, pembuatan laporan penjualan yang lebih efektif, dan dapat mempromosikan produk dalam jangkauan yang lebih luas sehingga membuat konsumen lebih mengetahui produk yang akan dijual.

Sumber referensi dari penelitian terdahulu sebagai berikut;(1) Penelitian terkait dengan sistem e-commerce telah banyak dilakukan dari penelitian terdahulu, diantaranya seperti penelitian yang dilakukan Hasugian (2018) dalam Journal Of Informatic Pelita Nusantara Vol.3(1)/ 2018, ISSN: 2541-3724 yang berjudul “Perancangan Website sebagai media Promosi dan Informasi”. Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini, teknologi banyak digunakan sebagai sarana promosi dan informasi khususnya pada bidang website yang saat ini menjadi media informasi yang menawarkan berbagai kemudahan dalam menyajikan informasi. Kecepatan dan kenyamanan merupakan nilai positif adanya internet.

Website lebih mudah diakses oleh masyarakat di berbagai daerah hanya dengan menggunakan internet. Salah satunya dalam hal pemasaran produk suatu usaha, website dapat menjadi sarana mempromosikan, memasarkan dan menyampaikan informasi yang efektif dan efisien kepada masyarakat. Ves Boutique adalah suatu usaha yang bergerak di bidang fashion. Dalam mempromosikan dan memasarkan, butik tersebut masih menggunakan cara yang kurang efisien diantaranya melalui brosur, spanduk di depan toko. Butik tersebut dapat memanfaatkan website sebagai media promosi dan informasi untuk memajukan butik tersebut dan menunjukkan bahwa

butik tersebut memiliki kualitas yang baik dalam hal promosi. Dalam merancang website sebagai media promosi dan informasi pada Ves Boutique terdiri dari dua halaman diantaranya, halaman admin dan halaman utama.

Konsumen dapat mengakses tanpa harus melakukan login terlebih dahulu. Ini dilakukan untuk memudahkan konsumen. Dalam website ini, konsumen dapat melakukan pemesanan produk langsung tanpa harus mengunjungi butik tersebut. Website ini dirancang menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL sebagai database. (2) Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Kosasi, 2015) dalam Jurnal Snastia 2015, ISSN 1979-3960. Yang berjudul “Perancangan Sistem E-Commerce Untuk Memperluas Pasar Produk Oleh-Oleh Khas Pontianak”. Kegiatan penjualan yang terbatas menyebabkan sejumlah industri rumah tangga yang menghasilkan oleh-oleh khas Pontianak tidak bisa berkembang dengan baik karena jumlah pembelinya terbatas.

Mobilitas dan liberalisasi pasar yang terbatas membuat pihak manajemen harus melakukan inovasi perluasan pasar sasaran melalui perancangan dan pemanfaatan E-Commerce. Tujuan penelitian menghasilkan sistem yang dapat memberikan kemudahan mengenalkan dan menjual semua produk oleh-oleh khas dari Kota Pontianak secara global. Memperluas area pangsa pasar dan upaya untuk meningkatkan volume penjualan dengan cara membangun hubungan komunikasi yang bersifat interaktif dengan konsumen (pelanggan). Metode perancangan sistem E-Commerce menggunakan pendekatan

Waterfall dengan pendekatan berorientasi objek. Hasil perancangan sistem E-Commerce dapat menampilkan semua informasi mengenai produk oleh-oleh khas Kota Pontianak. Sistem penjualan tidak lagi hanya fokus kepada masyarakat setempat saja, yang semakin hari semakin banyak pesaingnya.

Sistem ECommerce memiliki fitur navigasi yang memberikan kemudahan bagi 19 pengunjung, dalam hal ini baik konsumen ataupun pelanggan saat mengunjungi halaman situs. Memiliki kontribusi menyelesaikan persoalan untuk memberikan jaminan layanan informasi yang lebih dekat kepada konsumen (pelanggan) dan beralih ke digitalisasi penjualan produk oleh-oleh khas Kota Pontianak. Menampilkan pesan-pesan tertentu dalam mengarahkan pengunjung, calon pembeli dapat melakukan proses pemesanan, pembayaran dapat melalui transfer, cash on delivery dan PayPal, dan konfirmasi pembayaran produk melalui email. Kenyataan ini dapat memperluas pangsa pasar dan menumbuhkan daya saing secara global karena sistem penjualannya tidak lagi terbatas hanya pada wilayah tertentu saja.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Arief and Suwita, 2016) dalam Jurnal Sistem Informasi STMIK Insan Pembangunan Vol.4(2)/2016. Kebutuhan informasi yang cepat dan akurat pada era modern seperti ini dirasa semakin dibutuhkan oleh setiap instansi baik swasta, pemerintah, perorangan maupun organisasi. Khususnya Dinkop UMKM Kabupaten Tangerang membutuhkan suatu sistem informasi yang menunjang aktifitas para pelaku UMKM bengkel motor. Untuk itulah,

penulis mencoba membuat skripsi mengenai program e-commerce pemesanan bengkel motor online. Masih belum adanya wadah sebagai tempat promosi bengkel secara online menyebabkan para pelaku UMKM kurang luas dalam melakukan branding usaha. Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan Unified Modeling Language (UML) sebagai alat perancangan sistem yang mencakup use case diagram, activity diagram, sequence diagram, class diagram dan bahasa pemrograman yang digunakan yaitu PHP dan MySQL sebagai basis data. Hasil yang dicapai dari penerapan sistem informasi e-commerce untuk kalangan UMKM bengkel motor ini adalah kemudahan dalam proses pencarian informasi, pemesanan, pengelolaan dan pembuatan laporan untuk pengambilan keputusan.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Widyanto and Patrie, 2020) dalam Jurnal IDEALIS vol.3(1)/Januari 2020. SYNERGIE MOTOR sebuah toko suku cadang yang berada di kota Jakarta synergie motor berdiri sejak tahun 2009 yang dimiliki oleh Buldani Muslim. Synergie Motor menyediakan berbagai suku cadang mobil, botol klep pregio, joint kopel ceres, selang radiator dan produk lainnya, permasalahan yang dihadapi sekarang. Kesulitan memasarkan stok produk mengakibatkan stok produk tidak terjual, kurang media promosi untuk memasarkan produk terbaru sehingga pelanggan kurang mengetahui produk terbaru dari synergie motor, kurang optimalnya dalam melakukan pemesanan karena pelanggan hanya dapat melakukan pemesanan dengan datang langsung ke toko, tidak ada module untuk

konfirmasi pembayaran secara online mengakibatkan bagian penjualan dan pemilik sulit mengetahui pelanggan mana yang sudah melakukan pembayaran dan tidak adanya laporan transaksi secara online misalnya laporan pemesanan, pembayaran, pengiriman, retur dan rekapitulasi setiap bulannya. Dengan adanya permasalahan tersebut, maka dibutuhkan sistem yang berbasis online sehingga dapat meminimalisir terjadinya kesalahan informasi dalam pengambilan keputusan yang memudahkan berjalannya aktivitas transaksi 20 dan laporan. Berdasarkan hal tersebut, penulis memilih judul “Implementasi Penjualan Berbasis E-Commerce Pada Toko Synergie Motor” diterapkan dengan pemrograman Bahasa PHP dan menggunakan php myadmin sebagai databasenya. Dengan adanya sistem berbasis online dan komputerisasi dapat menghasilkan data lebih tepat, akurat dan tempat waktu yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan.

Berikutnya penelitian yang dilakukan oleh (sutrisno and putra, 2020) dalam Jurnal IDEALIS vol.3(1)/Januari 2020. Toko spareparts Jogja Motor Sports merupakan suatu usaha jenis wirausaha kecil dan menengah yang bergerak dalam bidang penjualan penjualan spareparts kendaraan roda dua. Masalah-masalah yang dihadapi oleh toko jogja motor sports adalah selama ini pelanggan tidak mengetahui adanya spareparts-spareparts yang terjual dengan adanya promo, pelanggan hanya bisa belanja dengan datang ke toko dan pelanggan yang datang hanya berasal dari sekitar saja, jadi penjualan spareparts dirasakan kurang meningkat, sering terjadi ketidak-akuratan data

pada proses pembuatan laporan, media promosi masih menggunakan iklan dimajalah otomotif sehingga dirasakan masih kurang dalam segi pemasarannya. Dengan adanya rancangan e-commerce yang menggunakan metode business model canvas, untuk meningkatkan penjualan sparepart pada toko jogja motor sports di tangerang guna mengembangkan penjualan barangnya tidak hanya secara offline saja, sehingga penjualannya dapat meningkat.

METODE PENELITIAN

Untuk penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan *kualitatif*. Pendekatan penelitian dapat diartikan sebagai cara mendasar untuk mendapatkan ide tentang penelitian, menilai dan melakukan sesuatu tentang penelitian *kualitatif*. Dengan memahami pendekatan *kualitatif*, diharapkan seorang peneliti akan mampu bekerja dan menjalankan penelitiannya dengan baik dan benar, berkaitan dengan sifat pendekatan *kualitatif* yaitu *neuralistic*, *subjektif* dan *holistic*. Pada tahapan awal penelitian ini, peneliti melihat terlebih dahulu kondisi actual dilapangan dan selanjutnya peneliti merumuskannya untuk dijadikan objek penelitian. Setelah peneliti merumuskan objek penelitian, langkah selanjutnya adalah menentukan tujuan dari penelitian, yang nantinya akan diwujudkan dari penyelesaian permasalahan yang berada dalam kondisi dilapangan yang diteliti. Tinjauan pustaka dilakukan untuk mendapatkan literature yang nantinya akan berguna sebagai pendukung dalam penelitian ini. Pada tahapan ini dijelaskan kalau

peneliti mempelajari jurnal-jurnal, buku-buku dan melihat *website e-commerce* yang berhubungan dengan penelitian ini, E-commerce merupakan proses membeli, menjual, atau memperdagangkan data, barang, atau jasa melalui internet (Turban et al., 2015: 7), e-commerce didefinisikan sebagai transaksi komersial yang melibatkan pertukaran nilai yang dilakukan melalui atau menggunakan teknologi digital antara individu menurut Laudon and Traver (dalam Arif Rahmanto, 2018: 8).

a. Teknik Pengumpulan Data

Pertama dengan tehnik wawancara, wawancara dilakukan untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam bentuk tanya jawab kepada karyawan yang terlibat secara langsung dalam proses jual beli. Tehnik kedua dengan dokumentasi Dokumentasi merupakan kumpulan berkas atau dokumen yang dapat digunakan sebagai sumber data bagi penelitian dan yang ketiga yaitu Studi Pustaka, metode ini memanfaatkan dokumen menjadi sebuah bahan bacaan, baik yang berasal buku-buku ilmiah, jurnal-jurnal ilmiah, ataupun berbagai bacaan di internet terutama yang berkaitan erat dengan masalah yang dibahas.

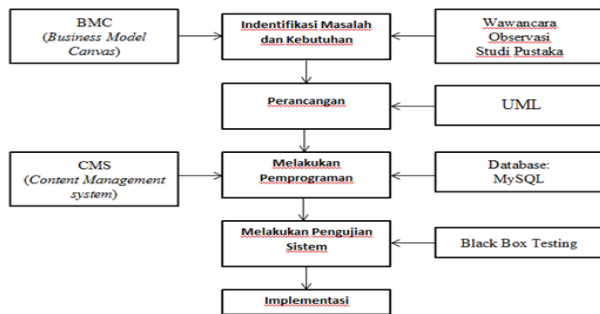
b. Metode Analisa Data

Dalam membantu mempermudah penelitian ini, peneliti memakai tahap-tahap dalam menganalisa sistem, berikut tahapan yang digunakan yaitu *Activity Diagram*. Digunakan untuk menggambarkan sebuah proses bisnis atau urutan aktifitas dalam suatu proses. Selanjutnya *Use Case Diagram*. Digunakan untuk menggambarkan fungsi yang berada di dalam

sebuah sistem, berikutnya *Use Case Description*. Untuk menjelaskan secara rinci aktifitas yang berada pada *Use Case Diagram*.

c. Kerangka Penelitian

Kerangka pemikiran adalah langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam menjalankan penelitian yang dilakukan. Berikut adalah kerangka pemikiran yang peneliti buat di dalam penelitian ini:



Sumber: Penelitian, 2019

Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Berikut adalah penjelasan kerangka pemikiran yang peneliti buat di dalam penelitian ini:

Identifikasi Masalah dan Kebutuhan, Peneliti memakai teknik wawancara kepada karyawan toko, observasi dan studi pustaka untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk penelitian dan membuat BMC (*Business Model Canvas*) sebagai detail dari bisnis yang sedang berjalan. *Business Model Canvas* merupakan kerangka kerja (*frame work*) untuk memetakan bisnis kita agar kinerjanya lebih optimal. Dalam hal ini, bagian-bagian yang penting akan diperhatikan. Misalnya, selama ini para distributor sering kali mengabaikan pentingnya principal (Royan, F.M, 2014: 3).

a) Perancangan. Pada tahapan ini peneliti merancang dan mendesain sistem yang akan dibuat menggunakan UML (*Unified Modeling Language*) diantaranya: *activity diagram*, *use case diagram*, *class diagram*, *sequence diagram*. Unified Modeling Language atau UML adalah sebuah teknik pengembangan sistem yang menggunakan bahasa grafis sebagai alat untuk pendokumentasian dan melakukan spesifikasi pada sistem (Mulyani, S., dkk., 2019)

1) Melakukan Pemrograman

Di dalam membuat program ini, peneliti menggunakan CMS (*Content Management system*) dengan *wordpress* dan menggunakan *database mysql* untuk membangun program yang sebelumnya sudah dilakukan perancangan oleh peneliti. Woocommerce, adalah sebuah plugin *wordpress* yang khusus digunakan untuk membuat toko online. Website dirancang dengan tampilan yang user friendly agar memudahkan penjual mau pun pembeli (Rahman, S., 2015: 79).

2) Melakukan Pengujian Sistem

Setelah sistem dibuat, langkah selanjutnya yang peneliti lakukan adalah melakukan pengujian. Tehnik yang digunakan adalah dengan *Black Box Testing*, yaitu dengan menguji fungsi-fungsi dari sistem dan melihat hasil yang dikeluarkan oleh sistem (Abdul Rouf, 2015: 2).

3) Implementasi

Setelah sistem dilakukan serangkaian pengujian untuk memastikan sistem berjalan dengan baik, langkah berikutnya adalah menerapkan sistem yang sudah di uji tersebut

HASIL DAN PEMBAHASAN

Business Model Canvas ini terdiri dari 9 pilar utama yang merangkum proses bisnis mulai dari value perusahaan, segmen pelanggan, hingga struktur finansial. Dengan kesembilan blok ini, sebenarnya sudah bisa memvalidasi apakah satu ide bisnis itu potensial atau tidak terlihat pada gambar 2 dibawah ini:

Business Model Canvas

Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationships	Customer Segments
1. Bank 2. Kurir 3. Supplier	1. Proses Penjualan 2. Paking	1. Maman Sudah Berlabel SNI 2. Produk Original	1. Diskon 2. Kualitas Produk 3. Pelayan Ramah	1. Anak-Anak 2. Orang Tua
	Key Resources		Channels	
	1. Karyawan Toko		1. Whatsapp 2. Facebook 3. Instagram 4. E-commerce	
Cost Structure		Revenue Streams		
1. Biaya Sewa Toko 2. Biaya Gaji Karyawan 3. Biaya Pembelian Maman Dari Supplier 4. Biaya Pengiriman Barang Ketoko 5. Biaya Hosting Dan Domain		1. Pendapatan Penjualan		

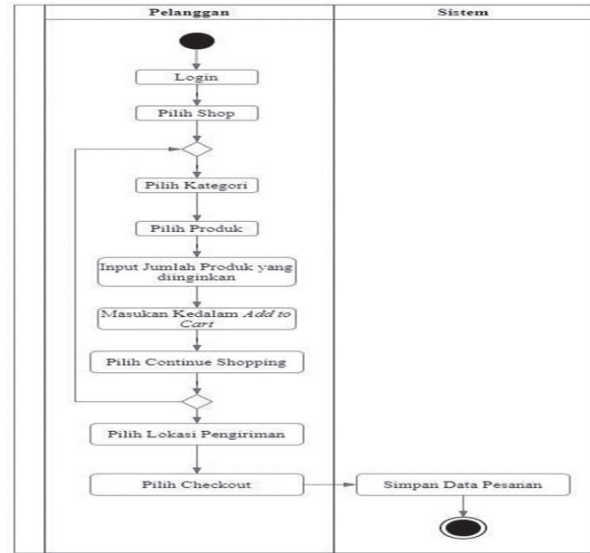
Sumber: Penelitian, 2019

Gambar 2 Business Model Canvas (BMC)

Proses Bisnis

Pelanggan *login* terlebih dahulu, kemudian pilih kategori, dan pilih produk, isi jumlah produk yang inginkan, lalu pilih tombol *add to cart*, jika ingin melanjutkan belanja, pelanggan bisa pilih tombol

continue shopping, sistem akan kembali kehalaman produk. Jika sudah menambah produk yang dipesan, pilih tombol *update cart*, jika ingin melanjutkan pembayaran, pelanggan mengisi *form* alamat pengiriman dan pilih tombol *checkout*. sistem akan menyimpan data ke *database* sesuai data yang di *input* oleh pelanggan.

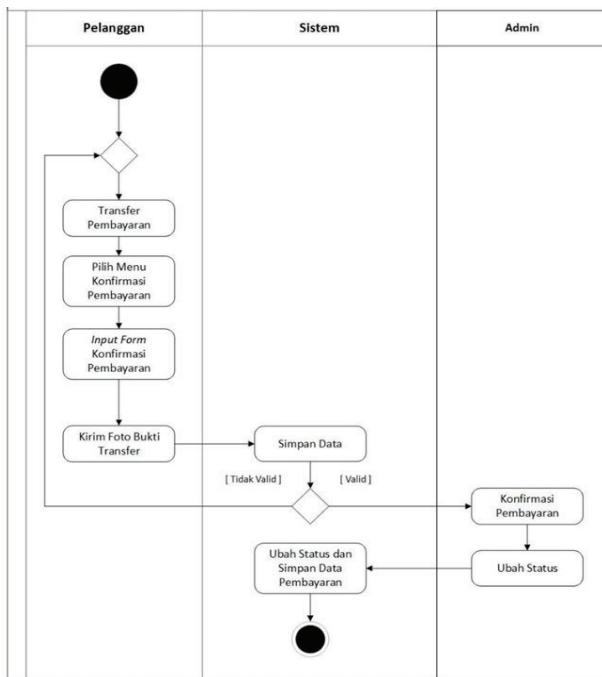


Sumber: Penelitian, 2019

Gambar 3 Proses Pembelian Produk

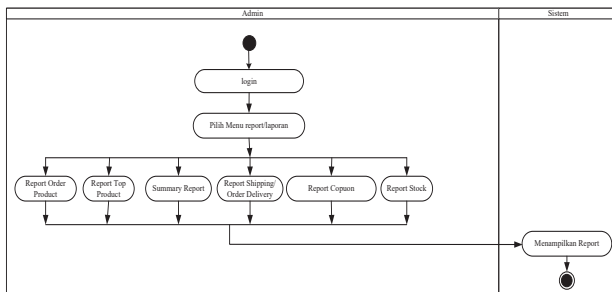
Proses Pembayaran

Setelah pelanggan melakukan pemesanan, pelanggan dapat menyelesaikan pembayaran, pelanggan harus *transfer* untuk pelunasan pembayaran. kemudian pelanggan memilih menu konfirmasi pembayaran, pelanggan mengisi *form* konfirmasi pembayaran dan mengirim bukti pembayaran berupa gambar. sistem akan menyimpan data ke *database* sesuai data yang di *input* oleh pelanggan jika pembayaran *valid*, admin akan mengkonfirmasi pembayaran kemudian mengubah status pemesanan pelanggan, sistem akan mengubah status dan menyimpan data.



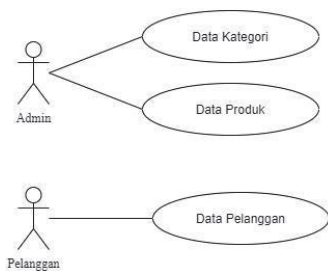
Sumber: Penelitian, 2019
Gambar 4 Diagram Activity Proses Pengiriman Product

Admin melakukan *login* terlebih dahulu lalu memilih *Ni sales report*, selanjutnya memilih laporan yang akan dicetak.



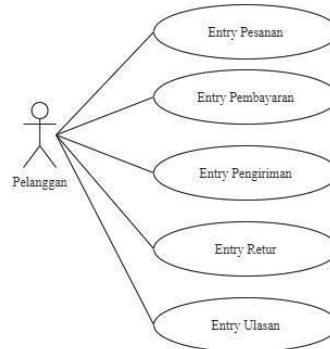
Sumber: Penelitian, 2019
Gambar 5 Activity Prose Pembuatan Laporan

Use Case Diagram



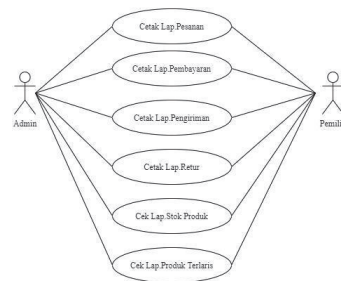
Use case master terdiri dari data kategori, data produk dan data pelanggan.

Sumber: Penelitian, 2019
Gambar 6 Use Case master



Use case transaksi terdiri dari entry pesanan, entry pembayaran, pengiriman, retur dan ulasan

Sumber: Penelitian, 2019
Gambar 7 Use Case transaksi



Untuk use case laporan terdapat beberapa laporan diantaranya, laporan pesanan, pembayaran, pengiriman, retur, stock dan produk terlaris

Sumber: Penelitian, 2019
Gambar 8 Use Case laporan

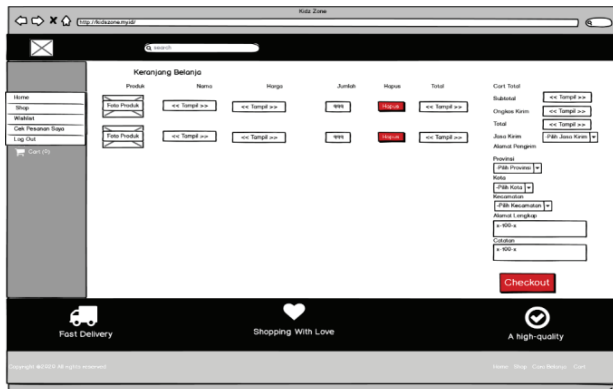
User Interface

Untuk tampilan layar cukup banyak namun penulis hanya memberikan beberapa contoh saya, diantaranya halaman *register*, pada halaman register, pelanggan dapat mengisi data untuk memiliki akun lalu dapat melakukan pemesanan dan transaksi.



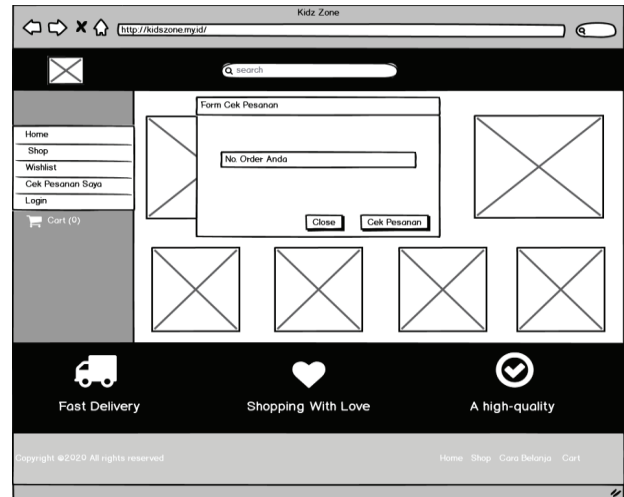
Sumber: Penelitian, 2019
Gambar 12 halaman register

Pada layar *cart*, menampilkan produk apa saja yang telah di pesan pelanggan, pelanggan juga dapat menghapus, dan menambah pesanan produk, jika pelanggan ingin langsung melakukan transaksi pelanggan pilih tombol *checkout*



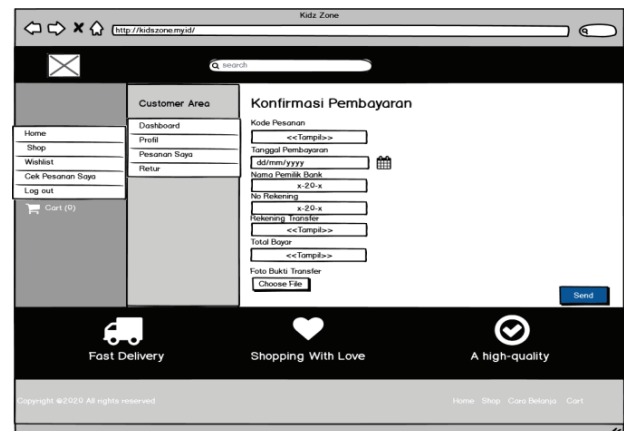
Sumber: Penelitian, 2019
Gambar 10 halaman pesan

Pada layar cek pesanan, terdapat informasi pesanan yang telah dipesan pelanggan



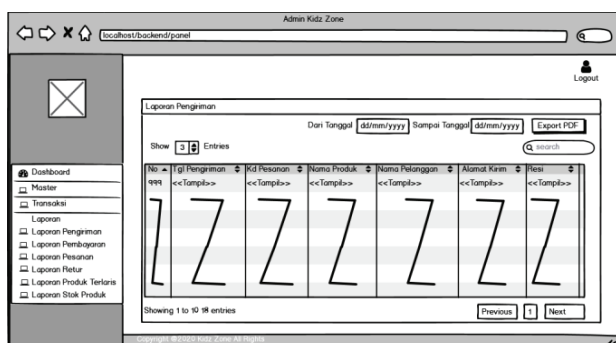
Sumber: Penelitian, 2019
Gambar 11 halaman cek pesanan

Pada layar konfirmasi pembayaran, sebelumnya pelanggan sudah melakukan transfer sesuai nominal belanja, setelah itu pelanggan dapat mengisi konfirmasi pembayaran



Sumber: Penelitian, 2019
Gambar 13 konfirmasi pembayaran

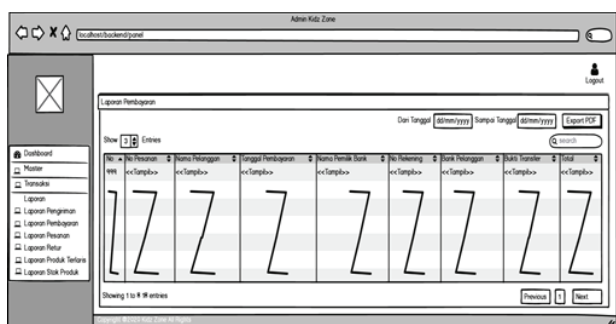
Pada tampilan layar laporan pengiriman, admin dapat mencetak laporan per periode.



Sumber: Penelitian, 2019

Gambar 14 laporan pesanan

Pada tampilan layar laporan pembayaran, admin dapat mencetak laporan per periode.



Sumber: Penelitian, 2019

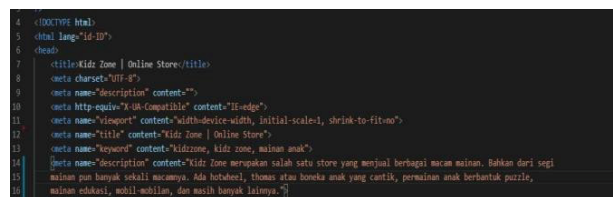
Gambar 15 Laporan pembayaran

Search Engine Optimization (SEO)

Langkah yang dilakukan yaitu menentukan Meta Title, Meta Name dan Meta Description di Tag, Source Code Meta Title, Meta Name dan Meta Description

```
<title>Kidz Zone | Online Store</title> <meta
name="title" content="Kidz Zone | Online Store">
<meta name="keyword" content="kidzzone, kidz
zone, mainan anak, jual mainan anak pasar minggu,
jual hotwheels pasar minggu, jual Barbie batik
pasar minggu "> <meta name="description"
content="Kidz Zone merupakan salah satu store
yang menjual berbagai macam mainan. Bahkan
```

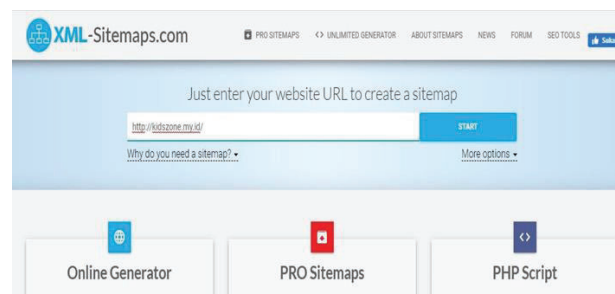
dari segi mainan pun banyak sekali macamnya. Ada hotwheel, thomas atau boneka anak yang cantik, permainan anak berbentuk puzzle, mainan edukasi, mobil-mobilan, dan masih banyak lainnya.">Terlihat pada gambar terdapat source code meta title, meta name, meta description untuk mendukung seo pada pencarian google.



Sumber: Penelitian, 2019

Gambar 16 Meta Title, Meta Name dan Meta Description di Tag

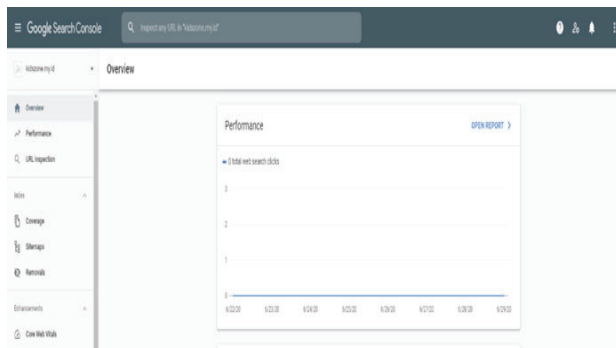
Membuat sitemap.xml / sitemap link pada domain website Sitemap adalah salah satu alat bantu untuk para webmaster yang mempermudah dalam pengenalan peta situs di dalam website. Dengan begitu, mesin google dengan mudah menjelajah dan meraih halaman-halaman yang ada di dalamnya, membuat file sitemap.xml menggunakan sitemap generator Langkah untuk membuat sitemap.xml melalui <https://www.xml-sitemaps.com/>, lalu masukan domain ke melalui <https://www.xml-sitemaps.com/>



Sumber: Penelitian, 2019

Gambar 17 Halaman membuat sitemap

Melakukan pendaftaran domain ke dalam Google Search Console, terlihat pada gambar :



Sumber: Penelitian, 2019

Gambar 18 Pendaftaran domain pada *google search console*

SIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada toko Kidz Zone maka adanya sistem informasi penjualan E-Commerce pelanggan dapat mengetahui produk terbaru pada Kidz Zone sehingga keberadaan sistem informasi penjualan E-Commerce pencatatan penjualan lebih akurat dan sistem informasi E-Commerce ini dapat membantu admin toko melakukan pencatatan laporan dengan cepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rouf, (2015). *Pengujian Perangkat Lunak Dengan Menggunakan Metode White Box Dan Black Box*, STMIK HIMSYA. Semarang.
- Arief, H. N. and Suwita, J. (2016). 'Analisa Dan Perancangan Sistem Informasi ECommerce Untuk Kalangan Umkm (Bengkel Motor)'. Sistem Informasi STMIK Insan Pembangunan, 4, pp. 1–13.
- C, K, Laudon., Traver. (2017). *E-Commerce 2014*, 10th Edition. Pearson
- Turban. E., King. D., Lee. J. K., Liang, T. P., and Turban, D.C., (2015). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*. 8th Ed.

- Hasugian, (2018). 'Prancangan Website Sebagai Media Promosi'. 3(1).pp. 82–86.
- Kosasi, S. (2015). 'Perancangan Sistem E-Commerce Untuk Memperluas Pasar Produk Oleh-Oleh Khas Pontianak'. Snastia. pp. 110–119.
- Mulyani, S., dkk. (2019). *Sistem Informasi Akuntansi: Aplikasi Di Sektor Publik*. Bandung: Unpad Press, p.41, p.54.
- Rahmanto, Arif. (2018). *Analisis Website Quality Marketplace Jenis Customer To Customer (C2C) Pada Tokopedia Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kota Bandung*. Universitas Telkom.
- Royan, F.M. (2014). *Bisnis Model Kanvas Distributor*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, p.1.
- Rahman, S. (2015). *Mahir WordPress 4 Plus*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, p.195.
- Sutrisno and putra (2020). 'Implementasi Cms Wordpress Pada Jogja Motor Sports Berbasis E-Commerce'. Jurnal Idealis V. 3(1). pp. 2–7.
- Widyanto and Patrie (2020). 'Implementasi Penjualan Bebasis E-Commerce Pada Toko', J u r n a l I D E A L I S, 3(1), pp. 92–100.