

PENERAPAN *E-COMMERCE* GUNA MENINGKATKAN KUALITAS PENJUALAN PADA KARTIKA OPTIK

Febryan Kuncahyo¹⁾, Lusi Fajarita²⁾

Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
 Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260
 E-mail : febryankuncahyo77@gmail.com¹⁾, lusi.fajarita@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

Kartika Optik adalah sebuah toko yang menjual berbagai macamacamata. Proses bisnis pada bagian penjualan barang di Toko Kartika Optik masih dilakukan secara offline, dimana customer harus mendatangi toko untuk membeli barang yang diinginkan. Masalah penjualan secara langsung berkaitan dengan ruang lingkup dan waktu yang terbatas. Dari permasalahan tersebut maka penulis membuat sebuah website E-Commerce. Adapun langkah pengumpulan data yang dilakukan yaitu analisa dokumen, wawancara, pengamatan, dan studi pustaka. Kemudian dilanjutkan dengan membuat Business Model Canvas (BMC), dapat membantu untuk mempercepat proses analisis kekuatan dan kekurangan bisnis. Serta untuk analisis desain sistem menggunakan diagram yang ada dalam UML, yaitu activity diagram, use case diagram, class diagram, dan system sequence diagram. Fokus Penulis pada penelitian ini adalah penyampaian informasi produk dan penjualan produk kepada customer secara online. Maka Penulis juga menggunakan teknik SEO agar website Kartika Optik bisa lebih optimal dan dikenal. Manfaat yang didapat dari penerapan sistem E-Commerce ini adalah customer tidak perlu bertatap muka langsung dengan penjual sehingga proses transaksi akan lebih efisien, dan keuntungan berupa ruang lingkup yang lebih luas dan waktu yang banyak sehingga dapat menjawab persoalan penjualan secara langsung.

Kata kunci: *e-commerce, toko online, business model canvas, seo, website.*

1. PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan dibidang teknologi sangatlah cepat, baik perusahaan industri kecil, menengah maupun besar, dengan begitu pelaku kegiatan ekonomi di negeri ini semakin dipacu untuk menggunakan teknologi yang maju sebagai ujung tombak untuk tetap bertahan dan memenangkan persaingan yang semakin ketat karena memungkinkan perusahaan atau organisasi memasuki pasar dengan cara yang mudah, murah dan tanpa batas jarak. Teknologi internet akan berdampak besar dalam dunia bisnis (*e-commerce*), dengan adanya perdagangan *online* maka calon *customer* akan sangat mudah untuk melihat dan mendapatkan informasi produk, memesan ataupun melakukan pembayaran, selain itu *customer* dapat menghemat waktu dan biaya karena tidak perlu datang ke toko untuk mendapatkan barang yang diinginkan.

Kartika Optik adalah sebuah toko yang menjual berbagai macamacamata sesuai dengan *frame* kaca mata dan jenis lensa kaca yang diinginkan, bukan hanya itu Kartika Optik juga menjual *softlens*. Toko Kartika Optik saat ini masih berjualan secara *offline*, dimana *customer* yang ingin membeliacamata, *softlens* dll harus datang ke Toko untuk memilih model *frame* atau *softlens* dan melakukan proses transaksi bila *customer* berminat untuk membeli. Oleh karena itu keuntungan yang diperoleh tidak terlalu besar, karena cakupan wilayah pemasaran hanya disekitar wilayah toko tersebut berada. Selain itu keterbatasan waktu dalam melayani *customer*, karena Toko Kartika Optik hanya buka pada pukul 10:00 sampai dengan pukul 20:00. Maka dari itu

kehadiran sistem *E-Commerce* akan membuat banyak pihak yang diuntungkan, baik *customer* ataupun pihak penjual. Penulis mencoba untuk merancang *E-Commerce* dengan memanfaatkan teknologi internet dalam proses penjualan sehingga bisa diakses kapan saja dan dimana saja oleh *customer*. Rancangan ini juga harus interaktif sehingga *customer* dapat berperan secara aktif dalam proses bisnis penjualannya dalam hal ini web commerce dibuat menggunakan *Content Management System(CMS)*.

CMS yaitu sebuah perangkat lunak yang mengelola content / isi yang berfungsi untuk membangun dan memelihara *web* yang telah dirancang, sehingga proses pembuatan dan pemeliharaan *web* jadi lebih mudah, efisien dan efektif [1].

Wordpress adalah CMS (*Content Management System*) dengan lisensi open source yang dipakai sebagai platform untuk nge-blog, wordpress memiliki layanan blog dengan nama domain sendiri. Wordpress merupakan sebuah aplikasi blog terbuka (open source) yang digunakan untuk mempermudah pengelolaan sebuah blog karena memiliki kemampuan untuk disesuaikan dan dimodifikasi sesuai dengan yang diinginkan penggunaanya [2].

Woocommerce yaitu *plugin* wordpress yang menyediakan fasilitas toko *online* dengan fungsi *powerfull* dan juga elegan. Woocommerce memiliki fitur cukup banyak sehingga membuat toko *online* menjadi semakin fungsional, termasuk *dashboard*, yang bisa diamati *progress* bisnis [3].

Penelitian yang telah dilakukan oleh [1] yang berjudul “Aplikasi *E-Commerce* Penjualan Souvenir

Pernikahan Pada Toko XYZ". Toko XYZ merupakan salah satu tempat yang menyediakan berbagai macam souvenir pernikahan. Toko XYZ memiliki beberapa macam jenis souvenir dan bermacam-macam harga. Sejauh ini, Toko XYZ melakukan penjualan masih secara manual yaitu dengan bentuk mulut ke mulut, sehingga jangkauan penjualan masih terbatas dan belum bisa meluas ke beberapa daerah. Hal ini mengakibatkan Toko XYZ belum dikenal oleh masyarakat luas. Saat ini belum memiliki media promosi melalui *website* untuk memasarkan produk-produknya. Untuk itu dibutuhkanlah sebuah aplikasi web berupa *website e-commerce* yang mampu memberikan informasi mengenai produk kepada pelanggan dengan cepat melalui jaringan internet. Dengan adanya *website e-commerce* pelanggan bisa melakukan pembelian dan pemesanan secara online tanpa harus mendatangi tempat produksi.

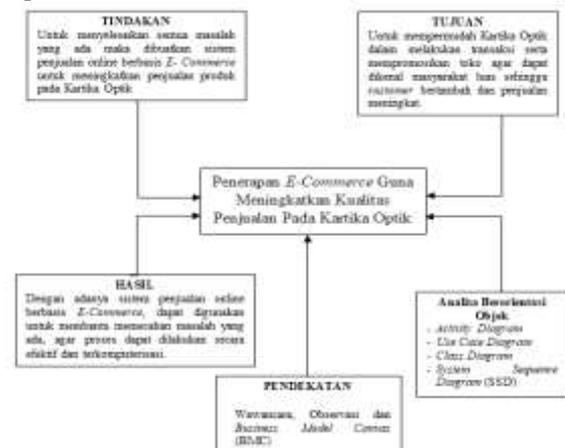
Penelitian yang telah dilakukan oleh [2] dengan judul "Sistem Informasi Penjualan Kaos Berbasis Web Pada Distro Sickness Berbasis *E-Commerce*". Di kalangan masyarakat saat ini benda yang bernama komputer bukanlah barang baru, melainkan suatu media yang sangat membantu sekaligus dibutuhkan perannya bagi manusia sebagai penggunaannya. Perkembangan yang pesat akan teknologi komputer sehingga dapat dirasakan dalam kehidupan sehari-hari. Maka seiring dengan hal tersebut para pengguna dituntut untuk menyesuaikan dengan perkembangan komputer itu sendiri. Sejalan dengan hal itu internet juga melakukan perkembangan, dapat kita lihat beberapa tahun kebelakang bahwa internet hanya digunakan untuk kalangan khusus, yaitu militer dan pemerintah. Tetapi jika kembali pada masa sekarang ini internet berkembang bagaikan wabah yang menyebar keseluruh dunia.

Dari penelitian yang telah dilakukan oleh [3] dengan judul "Peran Kemajuan Teknologi *E-Commerce* Untuk Percepatan Keberhasilan Kinerja Dengan Penerapan Strategi Pemasaran UKM (Kasus UKM Sektor *Fashion* di Wilayah Jakarta)". Mempertahankan persaingan dan menjaga eksistensi di dunia bisnis, pelaku UKM harus mendapatkan tempat di pasar dengan cara menggiatkan aktivitas pemasaran. Kelemahan UKM pada umumnya adalah orientasi pasar yang rendah serta kurangnya infrastruktur pemasaran. Oleh sebab itu, pelaku UKM harus dapat memanfaatkan sumber daya yang tersedia dengan sebaik-baiknya dalam rangka menjaga eksistensi. Sumber daya yang dapat dimanfaatkan salah satunya adalah teknologi. Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat dapat dijadikan sebagai peluang jika dapat dimanfaatkan dengan baik, contohnya adalah internet. Jika para pelaku UKM dapat memanfaatkan internet dengan baik, maka kegiatan-kegiatan seperti promosi, penjualan atau pembelian, pertukaran informasi, dan segala kegiatan bisnis lainnya dapat

dilakukan dengan lebih efektif dan efisien. Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis inilah yang disebut dengan *e-commerce*.

2. METODE PENELITIAN

Seperti yang terlihat pada gambar 1, terdapat kerangka pemikiran sebuah masalah yang ada pada Kartika Optik. Sehingga peneliti membuat tindakan yang diambil, tujuan penelitian, pendekatan, analisa berorientasi objek dan hasil penelitian pada Kartika Optik.



Gambar 1. Metode Penelitian

2.1 Metode Pengumpulan Data

a) Wawancara

Pada teknik ini penulis mengajukan beberapa pertanyaan untuk melengkapi data yang akan diperoleh. Wawancara dilakukan pada bagian yang terkait dengan alur proses bisnis yang berjalan. Penulis melakukan wawancara kepada pemilik dan pegawai toko.

b) Observasi

Penulis datang ke toko untuk mengamati secara langsung proses penjualan agar data yang didapat jelas dan lengkap.

c) Studi Literatur

Pada teknik ini penulis melakukan literatur review dari beberapa jurnal yang sudah ada di internet serta melalui buku yang ada di perpustakaan Universitas Budi Luhur.

2.2 Analisis Proses Bisnis

Analisa model bisnis dilakukan dengan *Business Model Canvas (BMC)* untuk membantu organisasi bisnis dan pengusaha agar bisa memetakan dan melakukan analisa terhadap model bisnis mereka.

2.3 Analisis Masalah

Analisa proses bisnis dilakukan dengan menguraikan bisnis kemudian dibuat *Activity Diagram*. dalam *Activity Diagram* tersebut menggambarkan proses bisnis yang berjalan saat ini pada Kartika Optik.

2.4 Analisis Perancangan Sistem

Analisa perancangan sistem ini dibuat secara detail berdasarkan hasil dari analisis sistem yang ada, sehingga menghasilkan model dari sistem baru yang diusulkan, pada analisis ini *tools* yang digunakan yaitu *Class Diagram*, *Use Case Diagram* dan *System Sequence Diagram*.

Business Model Canvas adalah alat yang digunakan untuk mendeskripsikan, menganalisis dan merancang model bisnis. *Business Model Canvas* juga bisa diartikan sebagai bahasa untuk memvisualisasikan, menilai dan mengubah model bisnis. ada Sembilan blok bangunan dasar yang menjelaskan cara berpikir tentang bagaimana sebuah perusahaan atau usaha akan menghasilkan uang [4].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Business Model Canvas

Seperti yang terlihat pada gambar 2, terlihat ada 9 blok elemen model konseptual yang dimiliki oleh Kartika Optik.

Key Partners Kartika Optik yaitu *Supplier Frame* kacamata dan Lensa, *Key Activities* yaitu pasang lensa sesuai kebutuhan *customer*, *Value Proposition* garansi lensa bila ada pengelupasan *coating* atau lapisa dan bisa upload resep kacamata ke website sesuai dengan kebutuhan, *Customer Relationships* yaitu Layanan keluhan *customer* via *whatsapp/web*, *Customer Segments* terdapat orang tua, pelajar, mahasiswa dll.

Adapun *Key Resources* terdapat tenaga admin, toko, alat kaca mata, *Chanel* terdapat website, instagram, facebook dll. *Cost Structure* terdapat membayar listrik bulanan, membayar gaji admin dll. *Revenue Streams* nya yaitu Penjualan kacamata dan *softlens* pada Kartika Optik.



Gambar 2. Business Model Canvas

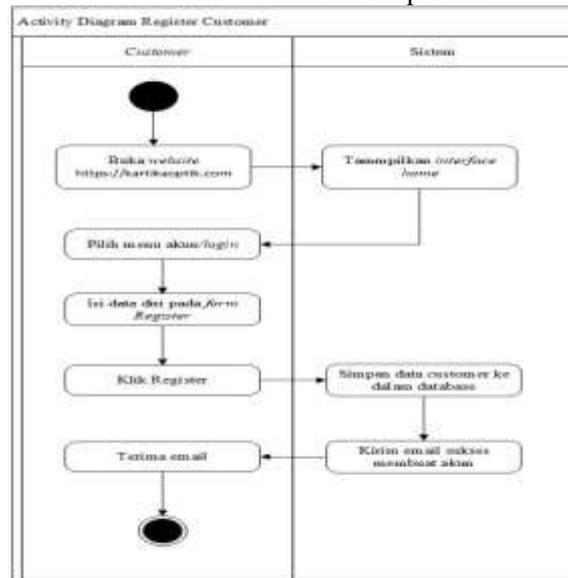
3.2 Activity Diagram

Activity Diagram ialah suatu diagram alur kerja yang menjabarkan berbagai kegiatan bagi pengguna atau sistem [9]. Berikut adalah *activity diagram* usulan yang terdapat pada Kartika Optik :

a. Proses Bisnis Usulan Pendaftaran

Pada gambar 3, *Customer* harus *registrasi* akun dengan cara masuk ke website <https://kartikaoptik.com> lalu klik menu akun / login dan mengisi data pada kolom *register*. Lalu sistem

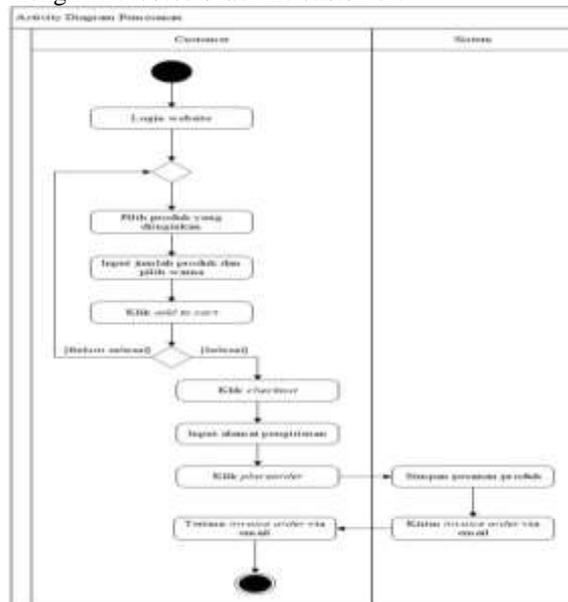
akan menyimpan data *customer*. *Customer* sudah bisa masuk ke *website* dan memesan produk.



Gambar 3. Activity Diagram Sistem Usulan Proses Pendaftaran/Register

b. Proses Pemesanan Produk

Pada gambar 4, proses pemesanan dilakukan dengan cara *customer* login *website* kemudian memilih produk yang ingin dibeli lalu klik *add to cart* untuk input jumlah produk pesanan kedalam *cart*. Jika *customer* ingin membeli produk lain maka *customer* akan memilih produk lagi, jika selesai memilih produk, *customer* akan diminta mengisi alamat lengkap kemudian *customer* klik *checkout* untuk membuat pesanan kemudian sistem akan mengirim *invoice order* ke *customer*.

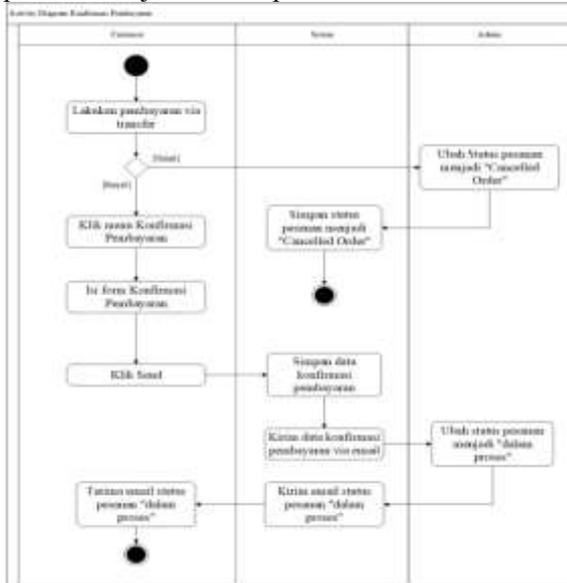


Gambar 4. Activity Diagram Sistem Usulan Proses Pemesanan Produk

c. Proses Pembayaran

Pada gambar 5, *Customer* lakukan pembayaran via transfer bank ke rekening *Admin* yang sudah tertera. Jika *customer* tidak melakukan transfer

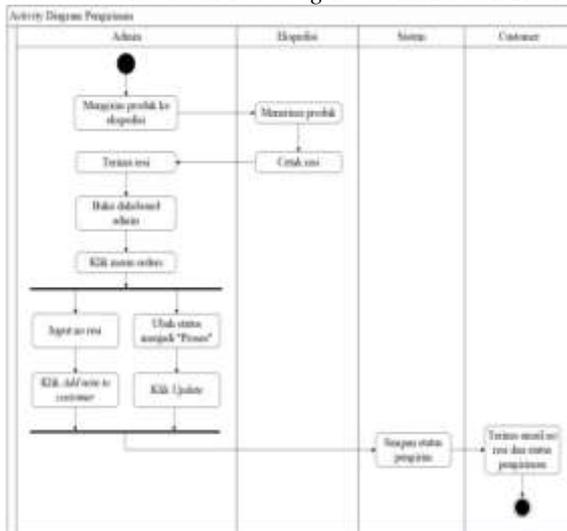
selama 1x24 jam, maka *Admin* akan mengubah status pesanan menjadi *Cancelled Order*. Namun bila *customer* sudah melakukan transfer langkah selanjutnya adalah mengisi form konfirmasi pembayaran, setelah itu *Admin* akan memproses pesanan dan sistem mengirimkan email status pesanan menjadi “dalam proses”.



Gambar 5. Activity Diagram Sistem Usulan Proses Pembayaran

d. Proses Pengiriman

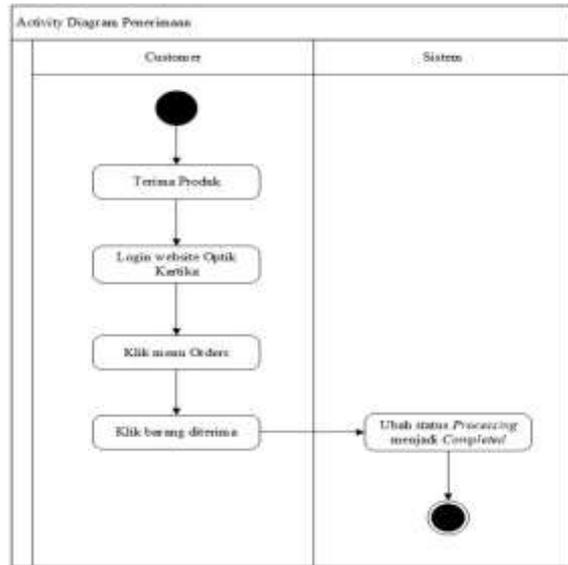
Pada gambar 6, ketika *Admin* sudah melakukan pengiriman ke kurir dan sudah mendapatkan no resi, *Admin* akan menginput no.resi di menu pengiriman. Maka status akan berubah menjadi dikirim. Setelah itu otomatis *customer* akan mendapatkan no.resi. *Customer* bisa lacak *Tracking* lewat menu Cek Resi.



Gambar 6. Activity Diagram Sistem Usulan Proses Pengiriman

e. Proses Penerimaan Produk

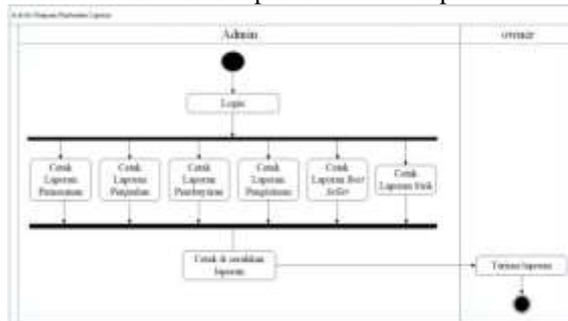
Pada gambar 7, ketika produk sudah sampai pada *customer*, maka pada halaman website akun saya klik menu *Orders* lalu pilih barang diterima. Maka otomatis sistem akan mengubah status pesanan dari *processing* menjadi *completed*.



Gambar 7. Activity Diagram Sistem Usulan Proses Penerimaan Produk

f. Proses Pembuatan Laporan

Pada gambar 8, *Admin* login halaman *backend website*. Pada menu ini, *Admin* dapat memilih laporan yang ingin dicetak. Kemudian *Admin* dapat melihat memberikan laporan tersebut kepada *owner*.



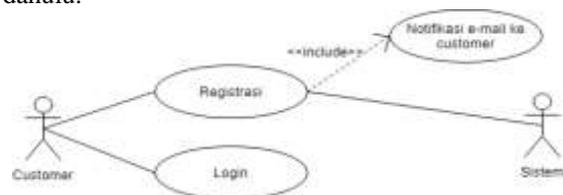
Gambar 8. Activity Diagram Sistem Usulan Proses Pembuatan Laporan

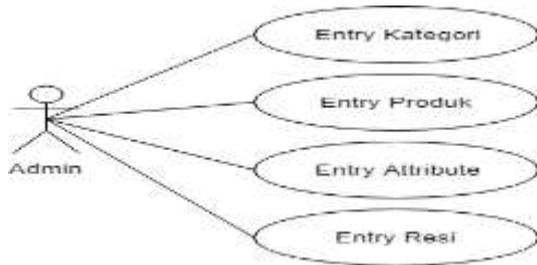
4.3 Use Case Diagram

Use Case Diagram ialah suatu gambaran dari beberapa atau semua aktor, use case, dan interaksi diantara komponen - komponen tersebut untuk memperkenalkan sistem yang ingin dibangun [10]. Berikut adalah *Use Case Diagram* yang dibuat oleh peneliti :

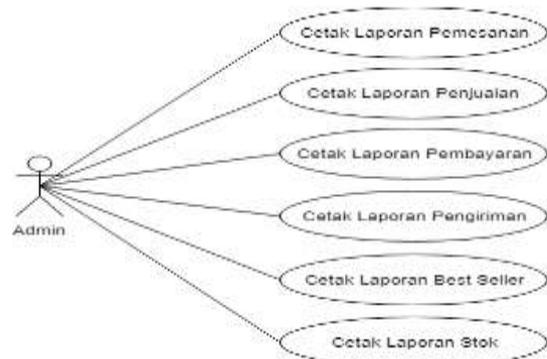
a. *Use Case Diagram Master*

Pada gambar 9, menggambarkan *customer* dapat mendaftar dan login pada *website Kartika Optik*. *Use Case Diagram Master Admin* menggambarkan bahwa *Admin* dapat mengentry kategori dan produk pada *website Kartika Optik* dengan *login* terlebih dahulu.





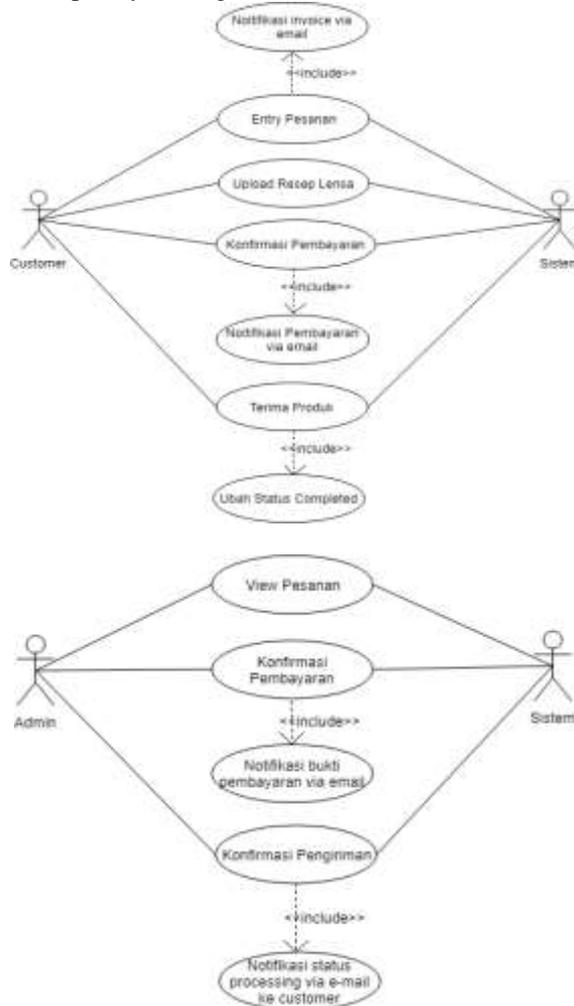
Gambar 9. Use Case Diagram Master



Gambar 11. Use Case Diagram Laporan

b. Use Case Diagram Transaksi

Pada gambar 10, Use Case Diagram Master berisi Entry Pesanan, konfirmasi pembayaran dan terima produk. Pada Use Case Diagram transaksi ini terdapat aktor aktif yaitu Customer. Use Case Diagram Transaksi Admin berisi View Pesanan, View konfirmasi pembayaran dan Konfirmasi pengiriman. Pada Use Case Diagram transaksi ini terdapat aktor aktif yaitu Admin, sedangkan untuk aktor pasif yaitu bagian Sistem.



Gambar 10. Use Case Diagram Transaksi

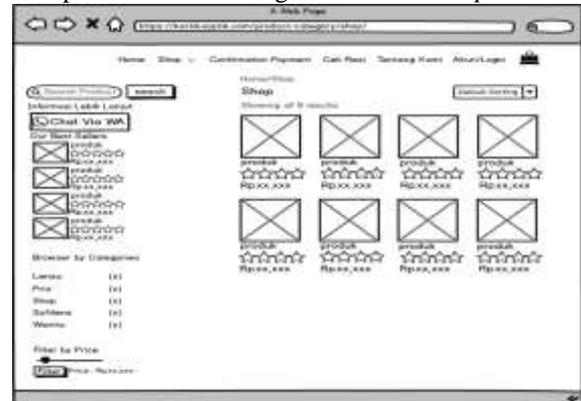
c. Use Case Diagram Laporan

Pada gambar 11, Use Case Diagram Laporan berisi Cetak Laporan Pemesanan, Cetak Laporan Penjualan, Cetak Laporan Pembayaran, Cetak Laporan Pengiriman, Cetak Laporan Best Seller dan Cetak Laporan Stok.

4.4 Rancangan Layar

a. Rancangan Layar Menu Shop

Pada gambar 12, menu Shop customer melihat dan membeli semua produk yang disediakan Kartika Optik, namun bila customer ingin memilah kategori bisa pilih salah satu kategori dari menu shop.



Gambar 12. Rancangan Layar Menu Shop

b. Rancangan Layar Checkout

Pada gambar 13, setelah customer memilih produk yang ingin dibeli maka akan dibawa kehalaman checkout. Pada halaman ini terdapat form billing details dan details produk yang akan dibeli dan ingin memakai jasa ekspedisi sesuai keinginan.



Gambar 13. Rancangan Layar Checkout

c. Rancangan Layar Confirmation Payment

Pada gambar 14, setelah customer melakukan pembayaran via bank transfer, maka bisa mengisi form Payment Confirmation.



Gambar 14. Rancangan Layar Confirmation Payment

4.5 Strategi Search Engine Optimization (SEO)

SEO adalah sebuah proses yang menggunakan prinsip-prinsip dasar pencarian dari sebuah mesin pencari untuk mendapatkan dan juga meningkatkan nilai indeks peringkat yang lebih tinggi untuk sebuah halaman website atau juga dapat digunakan untuk meningkatkan jumlah akses kunjungan [8].

a. Install Plugin Yoast SEO

Pada tahap pertama strategi SEO yang dipakai yaitu dengan *install plugin Yoast SEO*. membantu optimasi situs sehingga tulisan dan halaman *ter-index* lebih efisien oleh *search engine*, dan juga memberikan keleluasan untuk penambahan *meta title*, *Slug (URL)* *meta description*, *meta keyword* dll.

b. Pendaftaran Situs Web ke Search Engine

Setelah situs *web* selesai dibangun, maka langkah selanjutnya memasukan *URL* untuk memberi tahu *search engine* (google.com) bahwa ada situs baru yang siap di-*index*. Verifikasi terlebih dahulu *website* di *Google Search Console*, Hal ini menjadi salah satu pemenuhan standar SEO, agar lebih mudah di-*indeks* oleh *search engine*.

c. Setting XML Sitemap

Sitemap dalam bentuk *file XML* berisi daftar lengkap dari semua direktori halaman *web* yang dimiliki dari sebuah *website* sehingga membantu mesin pencari dalam “membaca” dan juga mengindeks *website*.

d. Optimasi Halaman Produk

Setelah halaman *home* / beranda sudah dilakukan optimasi, langkah selanjutnya adalah pengoptimasian halaman *product*. Pada halaman

product ini sangat penting dalam tahap optimasi pada *website* toko. Karena saat *customer* ingin mencari sebuah *product* dimesin pencari, langkah pertama yang dilakukan adalah menggunakan *keyword* atau kata kunci yang dicari. Oleh karena itu, *keyword* atau kata kunci yang penulis gunakan dalam penerapan *SEO On Page* adalah *longtail keyword*. *Longtail keyword* ini merupakan sebuah kata kunci yang terdiri dari 3 suku kata atau lebih, berupa kata (jual/beli/sewa/menjual + nama *product* + lokasi toko).

Berikut penerapan *longtail keyword* pada elemen-elemen yang telah disebutkan:

1) Site Title

Pada saat menambahkan *product*, kolom pada *title Search Engine Optimization* harus mengandung *keyword* yang sudah ditentukan saat diaktifkannya *SEO* pada *product*.

2) Meta Description

Pada kolom *meta description* pun kalimat yang digunakan harus mengandung *keyword*, kemudian ditambahkan dengan kalimat yang mendukung pada *product* tersebut.

3) Focus Keyphrase

Pada kolom *keyphrase* harus sebuah kalimat yang sesuai dengan *keyword* dan *keyword* yang sudah ditargetkan.

e. Hasil Pencarian

Setelah pengoptimasian pada elemen-elemen tersebut selesai, maka hasil pencarian yang didapat pada kata pencarian *Softlens Teresa Warna Tangerang* akan muncul pada halaman pertama *search engine* google, yang terlihat pada gambar 15.



Gambar 15. Rancangan Layar Checkout

4.6 KELUARAN SISTEM USULAN

Merupakan keluaran sistem usulan *email order* yang diterima pelanggan setelah barang sedang dikirim, terlihat pada gambar 16.



Gambar 16. Keluaran Sistem Usulan Email Notif Pengiriman Produk

4. KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan, maka dapat menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- Dengan adanya *website e-commerce* ini, dapat membantu dalam memperluas jangkauan pasar. Sehingga pelanggan yang berada jauh dari toko tetap dapat mengetahui produk yang ditawarkan.
- Dengan menggunakan teknik SEO mampu mempercepat terkenalnya *website* dan berpeluang besar mendapat *customer* baru.
- Pemilik toko bisa mengetahui produk apa saja yang paling laris.
- Pemilik toko dapat mengetahui ketersediaan *stock* yang ada, sehingga dapat memperlancar saat proses penjualan.

Selama menjalankan riset pada Toko Kartika Optik penulis juga memiliki saran yang bermanfaat bagi kemajuan dan perkembangan pada penjualan yaitu:

- Perlu adanya tenaga yang ahli dibidang pengelolaan *website* sehingga *website* dapat bekerja dengan baik.
- Perlu adanya pengembangan dan desain yang lebih menarik sehingga mempunyai daya tarik untuk para *customer*.
- Perlu adanya perawatan (*maintenance*) secara rutin, seperti membackup data secara berkala untuk menghindari resiko yang tidak diinginkan.
- Melakukan evaluasi sistem secara berkala untuk mengantisipasi penambahan kebutuhan sistem seperti menambahkan metode pengiriman maupun pembayaran transaksi secara *online* melalui *bank* yang sudah terintegrasi dengan sistem, sebagai contoh *Virtual Account*.
- Perlunya studi lanjutan, analisa dan juga kemampuan dalam melihat tren yang terjadi di kalangan pengguna internet, hal ini dimaksudkan agar teknik SEO yang digunakan dapat

menyesuaikan dengan setiap perubahan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Yuhefizar, Mooduto, Hidayat Rahmat, “Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla”, Edisi Revisi, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009.
- [2] Kurnia, N., Koryati, D., and Ar, R., “Pengaruh Media Wordpress Blog Terhadap Hasil Belajar Peserta Didik Pada Mata Pelajaran Ekonomi Di SMA NEGERI 6 Palembang,” *Jurnal Profit*, vol. 2, pp. 46–52, Mei 2015.
- [3] Suryono, Imam & Creativity, Java, “*Toko Online Professional Dengan Blogger dan WordPress*”, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014.
- [4] Haerulah, Edi & Ismiyati, Sri, “Aplikasi E-Commerce Penjualan Souvenir Pernikahan Pada Toko XYZ”, *Jurnal PROSISKO*, vol. 4, pp. 43–47, Maret 2017.
- [5] Nugraha, Aditya & Octasia, Anita, “Sistem Informasi Penjualan Kaos Berbasis Web Pada Distro Sickness Berbasis E-Commerce”, *SNIPTEK*, 2016, pp. 294–297.
- [6] Oktaviani, Retno Fuji, “Peran Kemajuan Teknologi E-Commerce Untuk Percepatan Keberhasilan Kinerja Dengan Penerapan Strategi Pemasaran UKM (Kasus UKM Sektor Fashion Di Wilayah Jakarta)”, *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, vol. 6, pp. 176–195, Oktober 2017.
- [7] Aziz, K. A. et al, “Perancangan Model Bisnis UKM Atelier Prana Dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas,” *e-Proceeding of Engineering*, vol. 5, pp. 6828–6833, Desember 2018.
- [8] Halilintar, R. B., and Ariyus, D, “Implementasi SEO (Search Engine Optimization) Pada Website Agc (Auto Generated Content) Untuk Meningkatkan SERP (Search Engine Result Page) Studi Kasus : Website Gallery,” *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia*, 2018, pp. 13–18.
- [9] Triandini, Evi & Suardika, Gede, “Step By Step Desain Proyek Menggunakan UML”, Putri Christian, Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2012.
- [10] Anggoro, D., and Umar, M. D., “Rancangan Sistem Informasi Koperasi Simpan Pinjam Guru dan Pegawai pada Koperasi SMK Manggala Tangerang”, *SENTIKA*, 2015, pp. 213–222.