

PERANCANGAN *E-COMMERCE* BERBASIS WEB MENGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS* DAN *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM* PADA *THE 3 ANGLE CORP*

Maulana Nurdin¹, Anita Diana^{2*}

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

Email: ¹maulananurdin999@gmail.com, ^{2*}anita.diana@budiluhur.ac.id

Abstrak — Saat ini, persaingan berbagai perusahaan dalam menjual produk semakin meningkat, terutama dalam penjualan *online*. Perusahaan The 3 Angle Corp yang bergerak di bidang *facial* (perawatan tubuh), telah memiliki berbagai cabang, salah satunya di wilayah Tangerang Selatan. Dalam proses bisnisnya, perusahaan tersebut hanya memanfaatkan media Shopee dan Instagram sebagai media pemasaran produk. Adapun beberapa masalah yang dihadapi adalah media pemasaran produk kurang efektif, kurangnya kepercayaan pelanggan dalam melakukan transaksi, sering terjadi kesalahan dalam pencatatan yang belum terintegrasi pada satu sistem, dan informasi mengenai laporan kurang informatif. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah *e-commerce* melalui *website* untuk mengatasi masalah tersebut. Metode *Business Model Canvas* (BMC) digunakan sebagai analisis kekuatan dan kekurangan bisnis dalam perancangan *e-commerce*. Untuk perancangan sistemnya menggunakan metode *Unified Modeling Language* (UML). Adapun sistem *website e-commerce* untuk The 3 Angle Corp dibuat dengan *Content Management System* (CMS) dan aplikasi Wordpress, serta mengoptimasi situs melalui *Search Engine Optimization* (SEO). Teknik SEO digunakan untuk mengoptimalkan pencarian pada mesin pencari, sesuai dengan kata kunci yang telah diteliti, sehingga sistem *website* dapat ditampilkan di halaman awal di mesin pencari. Hal ini membuat pemasaran menjadi lebih efektif. Dengan dibuatnya *e-commerce* melalui *website* semakin memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan secara online, pemasaran menjadi lebih efektif, pelanggan dapat lebih percaya untuk melakukan transaksi, pencatatan menjadi lebih terintegrasi pada satu sistem, dan laporan yang dihasilkan lebih bermanfaat.

Kata Kunci : *facial, e-commerce, CMS, Wordpress.*

Abstract — At present, the competition of various companies in selling products is increasing, especially in online sales. The 3 Angle Corp company which is engaged in facials (body care), already has various branches, one of which is in the South Tangerang area. In its business process, the company only uses Shopee and Instagram media as product marketing media. As for some of the problems faced are ineffective product marketing media, lack of customer trust in conducting transactions, frequent errors in recording that have not been integrated into one system, and information regarding reports is less informative. Therefore, it takes an *e-commerce* through the *website* to overcome this problem. The *Business Model Canvas* (BMC) method is used as an analysis of business strengths and weaknesses in *e-commerce* design. To design the system using the *Unified Modeling Language* (UML) method. The *e-commerce website* system for The 3 Angle Corp uses a *Content Management System* (CMS) and *WordPress*, and optimizes the site using *Search Engine Optimization* (SEO). *SEO* techniques are used to optimize searches on search engines, according to keywords that have been researched, so that the *website* system can be displayed on the start page of search engines. This makes marketing more effective. With the creation of *e-commerce* through the *website*, it makes it easier for customers to place orders online, marketing becomes more effective, customers can have more confidence in making transactions, records become more integrated in one system, and the resulting reports become more useful.

Keyword : *facial, e-commerce, CMS, Wordpress.*

1. PENDAHULUAN

Pada umumnya, teknologi pada negara berkembang sangatlah dibutuhkan untuk menunjang perkembangan informasi dan persaingan bisnis yang ada pada perusahaan-perusahaan. Persaingan tersebut membuat para pemilik usaha akan berusaha untuk melayani pelanggan semaksimal mungkin dalam mendapatkan informasi yang sesuai sehingga pelanggan dapat merasakan kepuasan. Salah satu solusi untuk memenangkan persaingan tersebut adalah dengan menerapkan teknologi sistem informasi pada perusahaannya, utamanya dengan sistem informasi secara online. Pemanfaatan *website e-commerce*, platform marketplace dan juga media sosial seringkali menjadi media dalam menjual dan memasarkan sebuah produk yang dilakukan berbagai perusahaan. *The 3 Angle* merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *facial* (perawatan tubuh) dan telah terdapat beberapa cabang di Indonesia. Salah satu cabang berada pada wilayah Tangerang Selatan. Saat ini *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan hanya memanfaatkan platform *Shopee* dan *Instagram* sebagai media penjualan dan pemasaran produk.

Adapun beberapa masalah yang dihadapi adalah kurangnya pemasaran produk, kurangnya kepercayaan pelanggan dalam melakukan transaksi, sering terjadi kesalahan dalam pencatatan yang belum terintegrasi pada satu sistem. Selain itu, kendala lain adalah informasi yang terdapat pada laporan yang dibutuhkan kurang informatif. Sehingga dibutuhkan sebuah sistem e-commerce yang berbasis website untuk mengatasi masalah tersebut.

Pembangunan *website e-commerce* ini bertujuan untuk mempermudah pemilik *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan dalam mengelola pencatatan secara otomatis sehingga mengurangi kesalahan pencatatan transaksi. memaksimalkan pemasaran dengan menggunakan teknik *SEO* sehingga terdapat pada halaman pertama *google search*, menambah kepercayaan pelanggan dalam melakukan transaksi. Sistem juga akan menghasilkan beberapa laporan yang lebih informatif yang dibutuhkan oleh pemilik. Berdasarkan pemaparan tersebut maka diperlukan sebuah *e-commerce* melalui *website* yang dapat memudahkan suatu pencarian yang pada halaman mesin pencari, serta memiliki fitur pemesanan untuk memaksimalkan penjualan produk *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan.

Penelitian [1] menyatakan bahwa kemudahan pengunjung dalam mengunjungi halaman situs web, dikarenakan terdapat fitur navigasi yang terdapat pada sistem informasi penjualan berbasis *website*. Proses penjualan yang telah terdigitalisasi memiliki kontribusi untuk menyelesaikan persoalan berbentuk jaminan layanan informasi kepada konsumen. Proses pemesanan barang secara *online* kapan dan dimanapun dapat dilakukan oleh calon pelanggan serta dengan cepat mendapatkan informasi dan menampilkan pesan-pesan tertentu

Perancangan *e-commerce* menggunakan *Business Model Canvas (BMC)* sebagai analisis kekuatan dan kekurangan bisnis. Metode *Unified Modeling Language (UML)* digunakan untuk perancangan system. Penggunaan aplikasi *Wordpress* untuk membangun *website e-commerce* dengan *Content Management System (CMS)* dan penggunaan teknik *Search Engine Optimization (SEO)* berguna untuk mengoptimalkan *website*. Teknik *SEO* digunakan untuk meningkatkan *ranking* pada mesin pencari, dengan menempatkan kata kunci tertentu dan sudah melakukan riset sebelumnya, untuk menampilkan *website* pada halaman awal di mesin pencari. Hal ini membuat pemasaran menjadi lebih efektif.

Pada penelitian oleh [2] membahas tentang perancangan e-commerce dengan web pada CC. Wijayatama Kosmetik. *Website* ini memberikan kemudahan pemilik dalam mengontrol kinerja, pendataan setiap bulan, pendataan transaksi dan melihat laporan penjualan setiap bulan. *Website* ini juga mempermudah pelanggan dalam memesan produk tanpa harus datang ke kantor atau toko yang terdapat pada *website PureGlow*. Pembuatan *website* ini dapat mengurangi kesulitan bagian produksi dalam memantau stok setiap produk yang dijual, serta memudahkan pelanggan melihat produk yang dijual dan *update* harga terkini dari *brand PureGlow*.

Penelitian oleh [3] menyatakan bahwa pelanggan dimudahkan untuk memesan produk dan mendapatkan informasi tentang produk terbaru pada sistem penjualan Subang Make-up Store. Pelanggan tidak harus datang langsung untuk bertransaksi pembelian produk dan bisa mendapatkan informasi produk, serta mengetahui harga-harga dan kualitas produk. Hal tersebut dapat terlihat pada sistem berbasis web Toko Subang Make Up Store.

Pada penelitian lainnya oleh [4] dikemukakan bahwa sistem penjualan kosmetik berbasis web yang dibangun menggunakan PHP dan MySQL, dapat diakses dimanapun dan kapanpun melalui jaringan internet. Dengan adanya sistem penjualan kosmetik berbasis web, dapat melancarkan proses penjualan produk setiap saat dimanapun dan kapanpun.

Dalam penelitian yang lain oleh [5], dikemukakan bahwa pembangunan *website* mempermudah para penggemar kecantikan untuk mendapatkan produk kecantikan yang diinginkan. Web ini juga berfungsi sebagai media promosi sebuah merek produk kecantikan, program *website ecommerce* ini juga bisa menjadi sumber pendapatan bagi perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh [6] dinyatakan bahwa dengan membangun sistem berbasis *website* untuk memasarkan sebuah produk kecantikan, pelanggan mendapatkan informasi yang lengkap dan akurat serta dapat diakses dimanapun. Hal ini dirasakan cara yang tepat untuk melakukan pemasaran melalui penggunaan *website*.

Dalam penelitian lainnya oleh [7], dikemukakan bahwa waktu penjualan dapat diminimalisir, dan pendapatan toko dapat meningkat melalui aplikasi *e-commerce* penjualan produk kecantikan dan *fashion* pada Toko AC Fashion Style. Aplikasi *e-commerce* ini dibuat menggunakan PHP dan MySQL. Untuk analisa sistem yang berjalan pada toko menggunakan Flowchart, dan UML (*Unified Modelling Language*) dalam merancang aplikasi *e-commerce*. Hasilnya dapat mempermudah user dalam pencarian barang dengan cepat.

Penelitian oleh [8] menyatakan bahwa dengan adanya fitur *SEO* dan marketing yang diterapkan pada sistem *e-commerce* Jeys Corner, maka dapat memudahkan dalam hal menjual produk perawatan kulit, serta memperluas area promosi melalui pemasaran melalui internet dan *google listing*. Hasil akhir yang dicapai adalah *prototipe* sistem *e-commerce* untuk mengatasi masalah yang terdapat pada Jeys Corner.

Pada penelitian oleh [9], model sistem *e-commerce* berbasis web pada toko Asri Konveksi Collection, dikembangkan dengan menggunakan *Content Management System (CMS)* dan *Business Model Canvas (BMC)*. Model ini telah diuji dan mendapatkan hasil yang cukup baik dan diterima oleh user. Model yang dikembangkan

dapat memudahkan dalam mendapatkan informasi produk dan dapat memperluas jangkauan pemasaran atau pelanggan.

Kebutuhan dibangunnya *website e-commerce The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan berguna untuk mengatasi permasalahan yang ada didalam sebuah bisnis. Sistem *website e-commerce* untuk *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan menggunakan CMS dan aplikasi Wordpress. Penggunaan CMS dapat mempermudah untuk pembuatan dan pengaturan data atau informasi, tanpa harus menguasai *tag HTML* untuk membuatnya. *Wordpress* adalah aplikasi dari CMS yang *user friendly*.

Dalam bukunya [10] *E-commerce* diartikan yaitu sarana dari sebuah transaksi antara yang menjual dengan yang membeli didunia maya dan sebaliknya. Turban dkk menuliskan [6] *E-Commerce* merupakan sebuah proses penukaran informasi yang dilakukan didalam internet, termasuk didalamnya adalah proses jual beli barang, *service*, dan informasi secara *online*. Transaksi *e-commerce* ini membuat konsumen, dan masyarakat dapat dengan mudah berhubungan.

Dalam bukunya, [11] mengemukakan CMS juga berfungsi untuk menyimpan dan publikasi dokumen, gambar, musik dan video. *Content Management System (CMS)* dirancang untuk manajemen konten dan sebuah sistem yang dapat memenuhi serangkaian untuk persyaratan khusus.

Wordpress adalah salah satu aplikasi dari CMS yang *easy to use*. Dalam bukunya, [12] mengemukakan *Wordpress* adalah aplikasi *open source* untuk CMS yang paling terkenal, dengan *user, developer* dan komunitas-komunitas dukungan global. Beberapa *plugins* dibutuhkan di dalam *Wordpress* untuk membuat tampilannya menjadi lebih baik. Salah satu *plugins* untuk *wordpress* yang sangat terkenal adalah *WooCommerce*. *WooCommerce* mempunyai banyak fitur yang fleksibel untuk *wordpress* sehingga memudahkan penggunaanya, menurut [13].

Dengan demikian, maka perlu dibuatkannya sebuah *e-commerce* melalui *website* yang dapat memudahkan suatu pencarian yang pada halaman mesin pencari, serta memiliki fitur pemesanan untuk memaksimalkan penjualan produk *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan. Sehingga dapat meningkatkan penjualan dan dapat berkembang serta bersaing didalam usaha ini. Dengan dibuatnya *e-commerce* melalui *website* semakin memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan secara online, pemasaran menjadi lebih efektif, pelanggan dapat lebih percaya untuk melakukan transaksi, pencatatan menjadi lebih terintegrasi pada satu sistem, dan informasi mengenai laporan menjadi lebih informatif.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Pada penelitian ini, akan dikembangkan sistem *e-commerce* berbasis web melalui *website*. Untuk membantu pengembangan *e-commerce website* tersebut, maka dibuatlah tahapan penelitian atau metodologi penelitian. Tahapan penelitian yang digunakan, dituangkan dalam bentuk gambar pada Gambar 1. Tahapan penelitian yang digambarkan berikut, adalah pemecahan masalah pada *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan yang bermula dari pengumpulan data awal, lalu perencanaan bisnis, perancangan tujuan hingga hasil yang telah dibuat untuk pemecahan masalah pada *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan. Pada Gambar 1 terdapat tahapan penelitian yang dapat dilihat penggambaran rumusan masalah dengan pengumpulan data pada tahapan penelitian, melalui observasi, wawancara, analisa dokumen, studi literatur. Kemudian langkah berikutnya adalah perancangan bisnis dengan menggunakan *Business Model Canvas (BMC)*, dan perancangan sistem dengan *activity diagram, usecase diagram, class diagram, system sequence diagram, UML*. Lalu penulis juga menerapkan strategi *marketing* pada sosial media pada aplikasi *instagram* dan *tiktok* guna memasarkan produk-produk yang akan dijual demi mencapai sasaran pasar yang telah diterapkan oleh *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan.



Gambar 1. Tahapan penelitian

2.2 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan agar mendapatkan informasi-informasi yang akan diolah pada penelitian guna mencapai tujuan didalam sebuah penelitian. Terdapat berbagai cara yang dilakukan oleh penulis sebagai menggali informasi yaitu sebagai berikut:

- Wawancara: bertatap muka langsung dengan narasumber dari *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang berguna untuk medapatkan informasi-informasi yang ada pada *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan.
- Observasi: Mendatangi lansung dan melakukan pengamatan pada kejadian yang terdapat pada kantor *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan, tujuan dari kegiatan ini guna mengetahui penyelesaian masalah yang terjadi.
- Studi Literatur: penganalisaan dokumen-dokumen yang dibutuhkan dalam penelitian. Acuan pada kegiatan ini dilakukan melalui jurnal penelitian terdahulu.
- Analisa Dokumen: pengumpulan berbagai dokumen yang ada pada *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan.

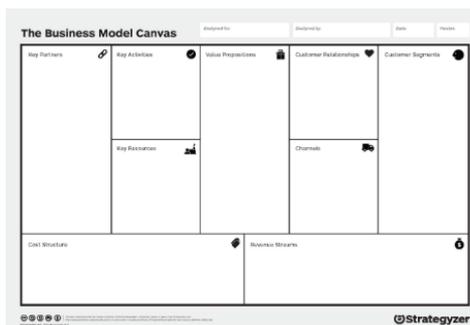
Untuk menghasilkan kesimpulan dari proses pengumpulan data menjadi suatu infomasi, diperlukan sebuah teknik analisa data, agar dapat menjawab masalah-masalah yang ada. Teknik Analisa data dalam penelitian ini adalah:

- Analisa masalah, perumusan masalah dalam penelitian untuk mengetahui sebab-sebab dari masalah. Hal ini dapat dilakukan melalui observasi dan wawancara.
- Analisa proses bisnis, menjelaskan bagaimana proses bisnis yang terdapat pada *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan dan metode UML guna mengidentifikasi kebutuhan.

2.3 Tahap Perancangan Bisnis

Setelah mendapatkan data yang dapat diolah, langkah berikutnya adalah membuat sebuah perencanaan bisnis. Perencanaan bisnis ini menggunakan *Business Model Canvas (BMC)* dengan 9 blok pada gambar BMC, untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan bisnis, dan menganalisa kebutuhan dan profit dengan cepat.

BMC dikembangkan oleh Alexander Osterwalder, dalam bukunya [14] dijelaskan bahwa *BMC* untuk membantu organisasi pada bidang bisnis dan penempatan dan analisa bisnis yang dijalani oleh pengusaha pemula. Penggunaan *BMC* sebagai *tools*, bertujuan agar dapat memahami sebuah bisnis secara lebih besar dan luas. Dikemukakan juga oleh [15] agar mampu menghasilkan kinerja yang lebih baik, maka penggunaan *BMC* untuk penjelasan atau penggambaran suatu model bisnis, sangat diperlukan. 9 blok yang dimiliki oleh *BMC*, yaitu *Key Partners*, *Key Activites*, *Key Resources*, *Value Proposition*, *Customer Relationship*, *Channel*, *Customer Segments*, *Cost Structure*, *Revenue Streams*. Kesembilan blok tersebut dituangkan dalam sebuah gambar *BMC* yang terlihat Pada Gambar 2:



Gambar 2. Gambar 9 blok *Business Model Canvas (BMC)*

Pengaplikasian *SEO* pada penelitian ini berguna untuk mengoptimalkan *ranking* pada sebuah mesin pencari. Salah satu langkah penerapan *SEO* yaitu penggunaan kata kunci yang tepat dan sudah diteliti terlebih dahulu. Sehingga penggunaan kata kunci yang telah ditentukan dapat menampilkan *website* pada halaman pertama mesin pencari.

2.4 Tahap Perancangan Sistem

Setelah melewati tahapan pengumpulan data, maka langkah berikutnya adalah tahapan perancangan bisnis dan perancangan sistem. Untuk perancangan dari model sistem baru yang diusulkan, menggunakan analisa *Unified Modeling Language (UML)* dari analisa yang dilakukan sebelumnya pada proses yang berjalan.

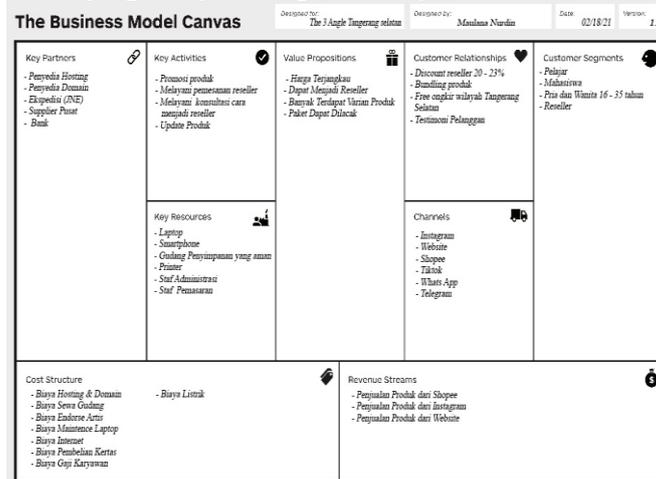
Perancangan sistem menggunakan tool-tools yang terdapat pada *UML: Activity diagram, Use Case diagram, Class diagram*.

Activity diagram digunakan untuk menterjemahkan logika prosedural, proses bisnis dan aliran kerja dalam banyak kasus. *Activity diagram* juga dipakai menampilkan proses bisnis oleh aktor-aktor yang terlibat dan terdapat semua aktivitas yang ada pada sistem *website The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan. *Use Case diagram* digunakan untuk menggambarkan sebuah interaksi antara *actor* dengan sistem *website The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan. *Class diagram* merupakan penggambaran dari struktur objek, deskripsi objek, dan class yang saling terintegritas satu sama lain. *Class diagram* menggambarkan relasi antara *class* didalam *database* pada *website The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Business Model Canvas

Terdapat elemen-elemen pada strategi bisnis yang dituangkan didalam sebuah *Business Model Canvas* (BMC) yang berfungsi untuk merencanakan, menilai, dan mengubah model bisnis pada *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan. *Business Model Canvas* yang terdapat strategi bisnis dapat dilihat Pada Gambar 3.



Gambar 3. BMC untuk *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan

Dari Gambar 3 Business Model Canvas untuk *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan, maka kesembilan blok yaitu:

- Key Partners:** pihak-pihak lain yang menunjang usaha itu, antara lain:
 - 1) Penyedia kontrakan yang berfungsi sebagai Gudang untuk menyimpan stok ketersediaan produk dan sebagai tempat operasional usaha.
 - 2) Penyedia *Hosting* dan *Domain* yang bertujuan untuk membayar sewa *website* agar situs yang dikelola dapat berjalan dengan baik.
 - 3) Toko kertas yang bertujuan untuk menggunakan kertas sebagai sarana pengemasan produk yang akan dikirim ke alamat pelanggan.
 - 4) Ekspedisi (*JNE*) yang bertujuan sebagai mitra dalam pengiriman produk ke alamat pelanggan.
 - 5) Supplier pusat yang bertujuan untuk pengadaan ketersediaan produk yang akan dipasarkan.
- Key Activities:** keberlangsungan aktivitas didalam sebuah bisnis yang terdapat pada *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan adalah promosi produk, melayani pemesanan *reseller* dengan pemesanan lebih, melayani konsultasi cara untuk menjadi *reseller*, dan meng-*update* produk melalui *website*.
- Value propositions:** *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan menjual produk kosmetik perawatan wajah / *facial* dengan harga yang relatif terjangkau sehingga pelanggan dapat menjadi *reseller* resmi dari *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan. Produk yang dijual ada beberapa varian dan pada *website e-commerce* keberadaan paket dapat dilacak.
- Customer Relationship:** sebuah hubungan antara produsen dengan konsumen yang dijalankan oleh *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan, sehingga dapat mendatangkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang ada. Dengan menerapkan *discount* bagi *reseller* berupa 20 - 23% setiap produk yang dipilih, menjaga kualitas produk, harga yang ditentukan terjangkau, mengadakan *bundling* produk (paket produk),

free ongkir (gratis ongkos kirim) untuk wilayah Tangerang Selatan, dan testimoni produk oleh pelanggan yang terdahulu.

- e. *Channels*: dibutuhkan media sosial seperti *Tiktok* dan *Instagram* untuk mempromosikan suatu produk yang ada pada *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan dengan melakukan kerjasama dengan artis atau *influencer* dan *whatsapp*, *telegram*, *marketplace shopee*, dan *website* menjadi sarana untuk pemesanan produk yang ditawarkan.
- f. *Customer Segments*: pelanggan yang disasar oleh *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan adalah para pelajar, mahasiswa dan pria atau wanita pada umur 16 sampai 35 tahun yang menginginkan penampilan yang lebih, dan *reseller* yang bertujuan untuk menjual kembali produk-produk yang ditawarkan.
- g. *Cost Structure*: Biaya yang akan dikeluarkan untuk mengelola bisnis oleh *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan diantaranya ialah biaya gaji karyawan, biaya *internet*, biaya *hosting & domain*, biaya sewa gudang atau kontrakan, biaya listrik, biaya *maintenance* (perawatan) laptop, pembelian kertas, biaya, dan biaya *endorsement* artis.
- h. *Revenue Streams*: Pendapatan yang dihasilkan oleh *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan diantaranya dari penjualan melalui *website*, penjualan melalui *marketplace shopee*, dan penjualan melalui *instagram*.
- i. *Key Resources*: sumber daya untuk menunjang keberlangsungan bisnis yang dijalankan *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan yaitu:
 - 1) Laptop untuk meng-*edit* foto produk, mengunggah produk yang akan dipasarkan pada *website*, dan untuk mengisi data ketersediaan stok produk yang ada.
 - 2) Gudang penyimpanan yang aman untuk menyimpan stok produk yang akan dipasarkan, menjadi tempat dalam pengemasan produk dan pengoperasionalan bisnis *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan.
 - 3) Smartphone untuk berkomunikasi kepada pelanggan yang akan berkonsultasi menjadi *reseller* maupun menanyakan produk.
 - 4) Staf administrasi untuk mencatat setiap pembelian dan penerimaan barang
 - 5) Staf pemasaran untuk mempromosikan produk yang akan pasarkan.

3.2 Strategi Marketing

Strategi pemasaran diperlukan untuk memperluas jangkauan pasar dan berguna untuk meningkatkan pengunjung pada *website The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan. Strategi *Marketing* yang dikembangkan menggunakan *platform instagram* dan *tiktok*.

a. *Instagram*

Karena target pasar *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan dominan menggunakan media sosial *instagram* dan menggunakan jasa *influencer instagram* maupun untuk mempromosikan produk dari *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan agar para pengikut dari *influencer* membeli produk yang telah dipromosikan.

b. Aplikasi *Tiktok*.

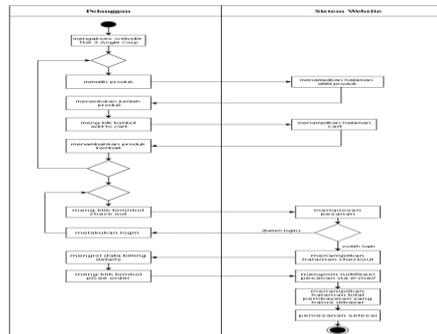
Kemunculan aplikasi *Tiktok* saat ini dapat menjawab semua pertanyaan dalam mengekspresikan diri didalam sebuah teknologi. Selain dapat mengekspresikan diri aplikasi *Tiktok* ternyata dapat menjadi salah satu sumber penghasilan disaat ini. Adapun penghasilan tersebut dengan membuka jasa promosi (*endorsement*). Dengan adanya jasa *endorsement*, *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan dapat lebih mudah dalam mempromosikan produk yang ditawarkan kepada khalayak luas karena, sebagian dari target pasar yang di sasar oleh *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan saat ini adalah pengguna dari aplikasi *tiktok* tersebut.

3.3 Proses Bisnis Usulan

Pada *activity diagram* menjadikan sebuah *website* yang dibuat sebagai proses bisnis usulan didalam sebuah penjualan produk *facial*. Berikut adalah *activity diagram* proses bisnis usulan *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan untuk proses pemesanan produk (*add to cart*) dan proses konfirmasi pembayaran.

a. Proses Pemesanan Produk

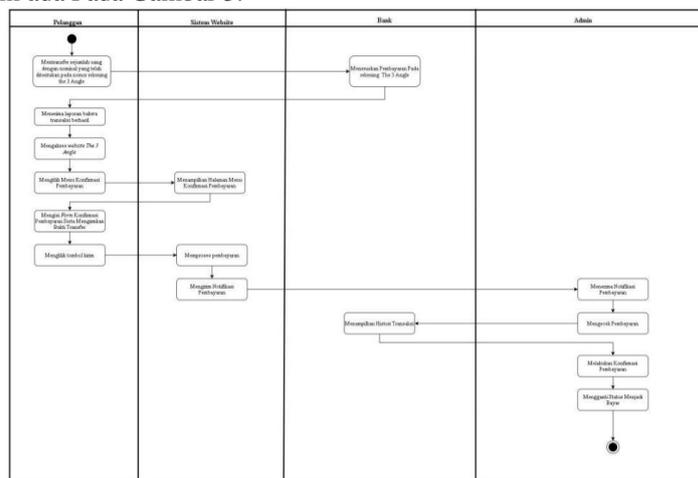
Pelanggan mengunjungi *website The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan, kemudian memilih produk yang akan dipesan. Setelah pelanggan memilih produk pelanggan sistem *website* akan memunculkan detail produk yang dipilih. Kemudian pelanggan menentukan jumlah produk yang akan dipesan. Berikutnya pelanggan menekan tombol tambah ke keranjang (*add to cart*). Kemudian sistem mengarahkan *user* menuju halaman *check out*. Pada halaman pelanggan akan diminta untuk mengisi alamat pengiriman dan menentukan jenis pengiriman. Kemudian, pelanggan diminta membayar dengan *transfer bank*. Lalu pelanggan akan melihat total pembayaran yang ditampilkan sistem *website* dan mengklik tombol *place order*. Kemudian notifikasi pesanan telah berhasil akan dikirimkan sistem dan *invoice order*. Proses ini terlihat Pada Gambar 4.



Gambar 4. Activity Diagram Proses Pemesanan Produk

b. Proses Konfirmasi Pembayaran

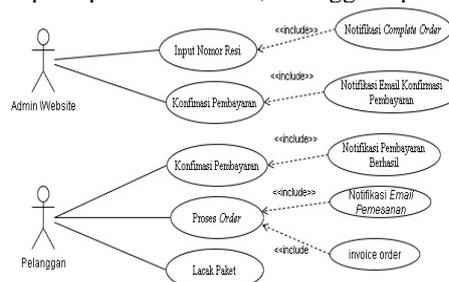
Pada proses pembayaran, pelanggan mentransfer uang sesuai jumlah pemesanan ke rekening *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan dengan *transfer bank*. Kemudian pihak bank akan meneruskan pembayaran ke nomor rekening *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan. Setelah pelanggan mengirimkan uang maka pelanggan akan melakukan konfirmasi pembayaran pada menu konfirmasi pembayaran. Setelah itu pelanggan akan mengisi form pembayaran yang terdiri dari *order id*, nama pemilik rekening, *email*, tanggal pembayaran, nama bank dan menyertakan bukti transfer dengan mengunggah foto bukti pembayaran. Setelah itu pelanggan meng-klik tombol kirim. Kemudian notifikasi pesan diproses dikirimkan kepada pelanggan dan admin menerima notifikasi pembayaran. Proses ini ada Pada Gambar 5.



Gambar 5. Activity Diagram Proses Konfirmasi Pembayaran

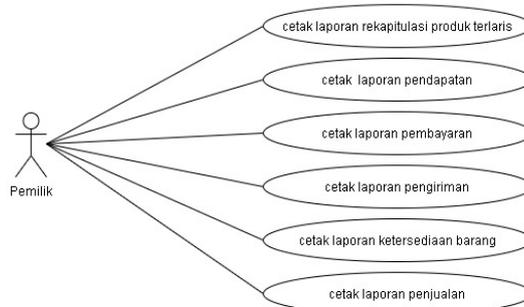
3.4 Use Case Diagram

Use case diagram untuk sistem *website ecommerce The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan terdiri dari *use case diagram* proses master, *use case diagram* proses transaksi, dan *use case diagram* proses laporan. Berikut adalah penjelasan dari *use case diagram* proses transaksi dan laporan. Aktor yang terlibat adalah admin *website* dan pelanggan pada *use case diagram* transaksi. Kegiatan *input no resi*, konfirmasi pembayaran, proses *order* dan *lacak paket* sebagai kegiatan yang ada pada proses transaksi, sehingga dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Use Case Diagram Transaksi

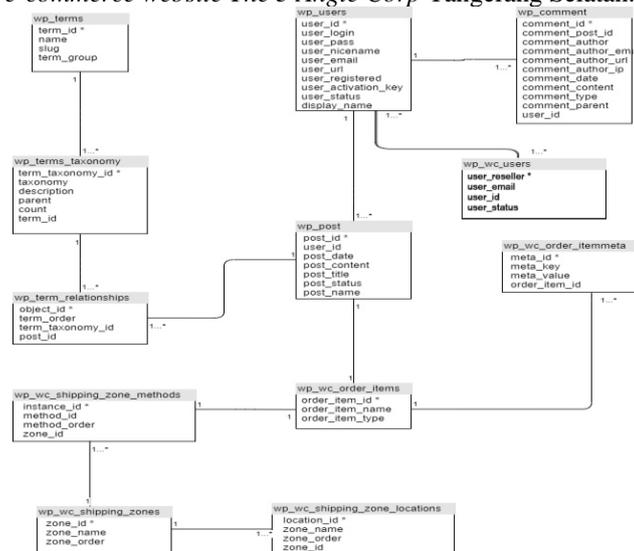
Pada *use case diagram* cetak laporan memiliki actor Pemilik toko. Pemilik adalah sebagai *actor* dan cetak laporan pendapatan, pembayaran, pengiriman, ketersediaan barang, penjualan, dan rekapitulasi produk terlaris sebagai kegiatan yang ada pada proses cetak laporan. Sehingga dapat dilihat Pada Gambar 7.



Gambar 7. Use Case Diagram Cetak Laporan

3.5 Class Diagram

Penggunaan *class diagram* nantinya akan menjadi acuan untuk merancang *database* pada *website e-commerce*, sehingga semua data proses transaksi tersimpan aman dan baik pada basis data. Pada Gambar 8 terdapat *class diagram* untuk sistem *e-commerce website The 3 Angle Corp Tangerang Selatan*.



Gambar 8. Class Diagram

3.6 Tampilan Layar

Melakukan transaksi secara *online* pada *website e-commerce The 3 Angle Corp Tangerang Selatan* akan membantu pelanggan untuk bertransaksi jarak jauh. Pembuatan sistem *website e-commerce The 3 Angle Corp Tangerang Selatan* yang dibuat ini, memiliki dua tampilan layar, yaitu tampilan layar *Front End* dan *Back End*. Berikut adalah penjelasannya.

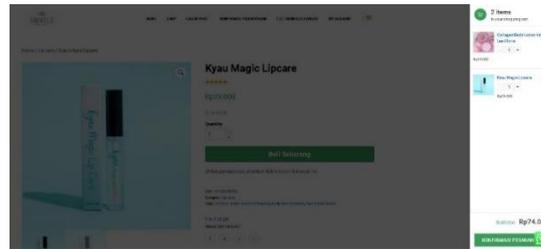
a. Tampilan Layar *Front end*

Tampilan awal *website* terdapat pada Gambar 9 *website The 3 Angle Corp Tangerang Selatan* dikunjungi oleh pelanggan.



Gambar 9. Tampilan Layar Home

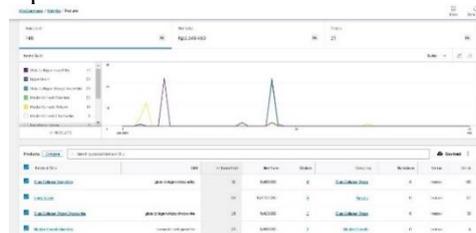
Tampilan *page addtocart* menjelaskan Ketika pelanggan mengklik *addtocart* pada *website The 3 Angle Corp Tangerang Selatan* terdapat pada Gambar 10.



Gambar 10. Tampilan Layar *add to chart*

b. Tampilan Layar *Back end*

Tampilan *back-end website* berguna untuk menampilkan laporan produk terjual pada *website The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan dapat dilihat pada Gambar 11.



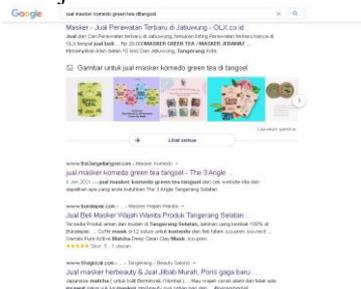
Gambar 11. Tampilan Laporan Produk Terjual *Back-End*

3.7 Search Engine Optimization

Website e-commerce The 3 Angle Corp Tangerang Selatan menerapkan strategi *Search Engine Optimization (SEO)* pada *website e-commerce The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan. *SEO On Page* adalah salah satu teknik optimasi dengan berfokus pada *internal website*. Penerapan teknik ini dengan cara memaksimalkan halaman dan konten di *website* dengan penggunaan *plugin Yoast SEO*, kemudian mesin pencari *google* dilakukan pengujian *indexing*. Penjualan yang didukung dengan fitur-fitur pada *website* yang telah teroptimisasi, akan membuat penjualan dan pemasaran produk menjadi lebih meningkat dan efektif.

3.8 Tahap Pengujian Indexing Pada Mesin Pencari Google

Setelah menerapkan *SEO* dan *plugin Yoast SEO* pada *website*, pada mesin pencari *google* perlu dilakukan pengujian *indexing website*. Pengujian ini berguna untuk mengetahui *website* telah terindeks pada mesin pencari atau belum terindeks. Cara melakukan pengujian indeks pada mesin pencari dengan mengetikkan site://the3angeltangsel.com pada kolom pencarian mesin pencari *Google*. Hasil dari pencarian mesin pencari *google* dengan menggunakan keyword “jual masker komedo greentea ditangsel” muncul pada halaman pertama dengan urutan ke -4, diakses pada tanggal 23 januari 2021 Pada Gambar 12.



Gambar 12. Hasil Pencarian Dengan *Search Engine Google*

4. KESIMPULAN

Terdapat beberapa kesimpulan berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan pada *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan antara lain dengan adanya *website* yang sudah diterapkan teknik *SEO*, pemasaran produk menjadi lebih maksimal dan terarah, dan didukung oleh sosial media sebagai sumber *traffic* untuk *website*, sehingga terdapat pada halaman pertama *google search*, dan menambah kepercayaan pelanggan dalam melakukan transaksi. *Website e-commerce* yang dibuat, dapat memudahkan dalam melakukan transaksi yang memiliki fitur pemesanan *online*, untuk memaksimalkan penjualan produk *The 3 Angle Corp* Tangerang Selatan. *Website e-commerce* ini juga mempermudah dalam mengelola pencatatan secara otomatis sehingga mengurangi kesalahan

pencatatan transaksi. Pembuatan *website e-commerce* ini lebih terintegritasi dalam satu sistem dan setiap transaksi yang terjadi akan disimpan dengan baik didalam *database* sistem dengan demikian dapat memudahkan *owner* dalam mendapatkan laporan. Dengan menggunakan data yang ada pada *database website*, dapat dilakukan pengolahan data guna menghasilkan beberapa laporan yang lebih informatif yang dibutuhkan oleh pemilik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Kosasi, "Pembuatan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Untuk Memperluas Pangsa Pasar," in *Prosiding SNATIF Ke-1*, 2014, pp. 225–232.
- [2] A. Setiawan and S. Karya, "Rancang Bangun E-Commerce Berbasis Web Pada Cv.Wijayatama Kosmedik," *J. Inform. dan Bisnis*, vol. 5, no. 1, pp. 44–51, 2016, [Online]. Available: <https://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JIB/article/view/514>.
- [3] A. Haryati, "Perancangan E Commerce Subang Makeup Store Menggunakan Framework Codeigniter," in *Proceeding SENDIU 2020*, 2020, pp. 371–377.
- [4] R. R. Y. Roza, N. Nafiyah, and M.W.Mahendra, "Sistem Penjualan Online Pada Dea Kosmetik Lamongan," *J-TIIES*, vol. 1, no. 1, pp. 297–304, 2017.
- [5] A. P. P. Susanto and D. Oscar, "Pemodelan Sistem Informasi Penjualan Produk Kecantikan Secara Online Dengan Metode Rational Unified Process Studi Kasus : PT . Lautan Angsa Indonesia," *IJCIT (Indonesian J. Comput. Inf. Technol.)*, vol. 3, no. 2, pp. 222–227, 2018.
- [6] N. L. Ratniasih, "Rancang Bangun Sistem Informasi Pemasaran Produk Kecantikan Berbasis Web," in *Konferensi Nasional Sistem & Informatika 2015 STMIK STIKOM Bali*, 2015, pp. 532–538.
- [7] S. Samsuni and E. Erfiyani, "Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Penjualan Produk Kecantikan Dan Fashion Pada AC Fashion Style," *J. PROSISKO*, vol. 5, no. 2, pp. 79–86, 2018.
- [8] M. R. Haiqal and Y. Yuliazmi, "Perancangan E-Commerce Pada Jeys Corner Untuk Meningkatkan Penjualan Menggunakan Metode Business Model Canvas," *Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 2, pp. 9–14, 2020, [Online]. Available: <http://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/article/view/2725>.
- [9] R. Pitriyani, G. Triyono, and S. Y. Nugroho, "Pengembangan Model Sistem E-Commerce Berbasis Web Dengan Content Management System (CMS)," *Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 4, no. 1, pp. 37–46, 2021, [Online]. Available: <http://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/index>.
- [10] R. R. Rerung, *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Deepublish, 2018.
- [11] V. Vysotska, V. B. Fernandes, and M. Emmerich, "Web Content Support Method in Electronic Business Systems.," in *COLINS*, 2018, pp. 20–41.
- [12] H. Stern, D. Damstra, and B. Williams, *Professional WordPress : Design and Development*. Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing, 2010.
- [13] E. Oley, S. R. Sentinuwo, and A. A. E. Sinsuw, "Sistem Pemesanan Makanan Dan Minuman Berbasis Website (Studi Kasus Taipan Restoran)," *J. Tek. Elektro dan Komput.*, vol. 6, no. 4, pp. 159–170, 2017.
- [14] A. Osterwalder and Y. Pigneur, "Business model canvas," *Self Publ. Last*, 2010.
- [15] A. Osterwalder and Y. Pigneur, *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons, 2010.