

Penerapan Augmented Reality untuk Mengetahui Jenis-Jenis Kucing
Achmad Aditya Ashadul Ushud

Implementasi Jaringan Syaraf Tiruan dengan Metode Backpropagation untuk Pembacaan Meteran Air PDAM Berbasis Android
Wiwin Windihastuty

Smart Home Berbasis Internet of Things (IoT) Menggunakan NodeMCU ESP32 dengan Firebase dan Smartphone Android
Qolbi Maajid Penatas, Rizky Pradana, Agnes Aryasanti

Pengambilan Keputusan Pemilihan Karyawan dengan Kinerja Terbaik Pada PT. Antique Agency Collection International
Humisar Hasugian, Dwi Supriyanto

Pemanfaatan Fuzzy Inference System untuk Pengadaan Barang dalam Menangani Efisiensi Stok Pada Perusahaan Penyedia Jasa Makanan
Tryanita, Noni Juliasari, Pipin Farida Ariyani

Rancang Bangun Online Electronic Election dengan Direct Voting pada SMKN 2 Tangerang Selatan
Yesi Puspita Dewi, Aini Rahmawati Adla, Hafizh Nur Baskara

Penerapan Website E-Commerce pada Toko Aqidah Muslimah Dengan Metode Business Model Canvas
Lusi Fajarita, Ari Arfianto

Sistem Monitoring Kualitas Udara (Partikulat dan Karbon Monoksida) berbasis Web dan Telegram Menggunakan Arduino Uno
Vellyanda Chissta Irsanti, Riri Irawati, Rizky Pradana

Aplikasi Sistem Pakar berbasis Mobile untuk Mendiagnosa Penyakit Tropik pada Anak
Fatmasari

Aplikasi Pemesanan Sewa Gedung berbasis SMS Gateway dengan Mobile Application pada CV. Adelia
Ahmad Pudoli, Dewi Kusumaningsih



Jurnal TICOM adalah jurnal ilmiah dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang diterbitkan oleh Asosiasi Perguruan Tinggi Informatika dan Ilmu Komputer (Aptikom) wilayah 3. *Jurnal TICOM* terbit 3 kali dalam satu tahun yaitu: September, Januari dan Mei

Pelindung:

Ketua APTIKOM Wilayah 3:
Mochamad Wahyudi, M.M., M.Kom., M.Pd.
(STMIK Nusa Mandiri)

Ketua Dewan Redaksi:

Dr. Ir. Nazori AZ, MT (Universitas Budi Luhur)

Redaksi Pelaksana:

Dra. Andiani, M.Kom (Universitas Pancasila)
Ina Agustina, S.Si, S.Kom, MMSI (Universitas Nasional)
Dwiza Riana, S.Si, MM, M.Kom (STMIK Nusa Mandiri)
Nani Tachjar, S.Kom, MT (ABFI Institute Perbanas)
I.G.N. Mantra, M.Kom (ABFI Institute Perbanas)
Muhaemin, MM, M.Kom (STMIK Indonesia)

Mitra Bestari:

Prof. Jazi Eko Istiyanto, Ph.D (Universitas Gadjah Mada)
Prof. Iping Supriana Suwardi (Institut Teknologi Bandung)
Prof. Dr. Ir. Richardus Eko Indrajit, M.Sc (ABFI Institute Perbanas)
Prof. Dr. Djoko Lianto Buliani (ITS Surabaya)
Prof. Dr. Zainal Hasibuan (Universitas Indonesia)

Dewan Editor:

Benfano Soewito, ST, M.Sc, Ph.D (Universitas Bakrie)
Dr. Iskandar Fitri, ST, MT (Universitas Nasional)
Muhammad Agni Catur Bhakti, ST, MSc, Ph.D (Universitas Pancasila)
Dr. Manik Haspara, M.Kom (Universitas Bakrie)
Prof. Marsudi Wahyu Kisworo, Ph.D (ABFI Institute Perbanas)
Prof. Dr. Ir. Kaman Nainggolan, MS (STMIK Nusa Mandiri)
Dr. Rusdah, S.Kom, M.Kom (Universitas Budi Luhur)

Sekretariat Redaksi:

Universitas Budi Luhur
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260
Email: jurnalticom@yahoo.co.id
nazori@budiluhur.ac.id



Editorial

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat-Nya jurnal ilmiah “TICOM” ini dapat diterbitkan. Penerbitan jurnal ilmiah ini diharapkan dapat menjadi wadah bagi akademisi dan praktisi untuk menuangkan ide-ide dan pembahasan seputar isu-isu di bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK).

Penerbitan jurnal TICOM edisi ini adalah merupakan penerbitan Vol. 9 No. 2 Januari 2021, yang memuat 10 paper dari berbagai perguruan tinggi yang merupakan hasil penelitian dan kajian ilmiah. Topik jurnal edisi ini memuat:

1. Penerapan Augmented Reality untuk Mengetahui Jenis-Jenis Kucing
2. Implementasi Jaringan Syaraf Tiruan dengan Metode Backpropagation untuk Pembacaan Meteran Air PDAM Berbasis Android
3. Smart Home Berbasis Internet of Things (IoT) Menggunakan NodeMCU ESP32 dengan Firebase dan Smartphone Android
4. Pengambilan Keputusan Pemilihan Karyawan dengan Kinerja Terbaik Pada PT. Antique Agency Collection International
5. Pemanfaatan Fuzzy Inference System untuk Pengadaan Barang dalam Menangani Efisiensi Stok Pada Perusahaan Penyedia Jasa Makanan
6. Rancang Bangun Online Electronic Election dengan Direct Voting pada SMKN 2 Tangerang Selatan
7. Penerapan Website E-Commerce pada Toko Aqidah Muslimah Dengan Metode Business Model Canvas
8. Sistem Monitoring Kualitas Udara (Partikulat dan Karbon Monoksida) berbasis Web dan Telegram Menggunakan Arduino Uno
9. Aplikasi Sistem Pakar berbasis Mobile untuk Mendiagnosa Penyakit Tropik pada Anak
10. Aplikasi Pemesanan Sewa Gedung berbasis SMS Gateway dengan Mobile Application pada CV. Adelia

Sebagai penutup, kami selaku tim redaksi ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang banyak membantu sehingga terbitnya jurnal TICOM Vol. 9 No. 2, Januari 2021 ini. Tak lupa pula kami mengucapkan terima kasih kepada para penulis yang telah bersedia menyumbangkan karya tulisnya dari mulai tahapan *reviewer*, *editing* sehingga “*camera ready paper*” sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan jurnal TICOM.

Jakarta, Januari 2021

Tim Redaksi



Daftar Isi

1. Penerapan Augmented Reality untuk Mengetahui Jenis-Jenis Kucing <i>Achmad Aditya Ashadul Ushud</i>	44
2. Implementasi Jaringan Syaraf Tiruan dengan Metode Backpropagation untuk Pembacaan Meteran Air PDAM Berbasis Android <i>Wiwin Windihastuty</i>	50
3. Smart Home Berbasis Internet of Things (IoT) Menggunakan NodeMCU ESP32 dengan Firebase dan Smartphone Android <i>Qolbi Maajid Penatas, Rizky Pradana, Agnes Aryasanti</i>	58
4. Pengambilan Keputusan Pemilihan Karyawan dengan Kinerja Terbaik Pada PT. Antique Agency Collection International <i>Humisar Hasugian, Dwi Supriyanto</i>	67
5. Pemanfaatan Fuzzy Inference System untuk Pengadaan Barang dalam Menangani Efisiensi Stok Pada Perusahaan Penyedia Jasa Makanan <i>Tryanita, Noni Juliasari, Pipin Farida Ariyani</i>	73
6. Rancang Bangun Online Electronic Election dengan Direct Voting pada SMKN 2 Tangerang Selatan <i>Yesi Puspita Dewi, Aini Rahmawati Adla, Hafizh Nur Baskara</i>	80
7. Penerapan Website E-Commerce pada Toko Aqidah Muslimah Dengan Metode Business Model Canvas <i>Lusi Fajarita, Ari Arfianto</i>	85
8. Sistem Monitoring Kualitas Udara (Partikulat dan Karbon Monoksida) berbasis Web dan Telegram Menggunakan Arduino Uno <i>Vellyanda Chissta Irsanti, Riri Irawati, Rizky Pradana</i>	92
9. Aplikasi Sistem Pakar berbasis Mobile untuk Mendiagnosa Penyakit Tropik pada Anak <i>Fatmasari</i>	97
10. Aplikasi Pemesanan Sewa Gedung berbasis SMS Gateway dengan Mobile Application pada CV. Adelia <i>Ahmad Pudoli, Dewi Kusumaningsih</i>	104

Penerapan Website E-Commerce pada Toko Aqidah Muslimah Dengan Metode Business Model Canvas

Lusi Fajarita ¹⁾, Ari Arfianto ²⁾

Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur ^{1,2)}
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Pesanggrahan, Jakarta Selatan 12260
Telp. (021) 5853753, Fax. (021) 5853752
E-mail: lusi.fajarita@budiluhur.ac.id ¹⁾, ariarfianto00@gmail.com ²⁾

ABSTRAK — Toko Aqidah Muslimah adalah sebuah badan usaha perorangan yang bergerak di bidang penjualan hijab, sajadah, dan mukena. Dalam melakukan penjualan, toko ini masih menggunakan cara konvensional dan belum tersedianya media untuk mempromosikan dan memasarkan produk- produknya ke masyarakat luas. Hal tersebut berimbas pada kemajuan toko di masa yang akan datang. Oleh karena itu, dibutuhkan pemanfaatan teknologi internet untuk mengembangkan website E-Commerce (Electronic Commerce) agar dapat mempromosikan produk yang tersedia dan memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi di Toko Aqidah Muslimah. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, analisa dokumen, dan studi literature. Sedangkan untuk metoda analisa menggunakan Bussines Model Canvas. Penambahan Teknik SEO digunakan untuk memudahkan pelanggan menemukan produk dan toko Aqidah Muslimah. Dengan website ecommerce ini pihak toko dapat meningkatkan penjualan serta menjangkau pangsa pasar yang lebih luas.

Kata Kunci : BMC, UML, SEO

Abstract — *The Aqidah Muslimah Store is an individual business that selling hijab, sajada and mukena. The sales transaction process still uses conventional methods and there are no websites or other media to promote and market products to the wider community. This has an impact on the progress of the store in the future. Therefore, the shop have to use internet technology to develop an E-Commerce (Electronic Commerce) website to promote available products and make it easier for customers to make transactions at Aqidah Muslimah Stores. Methods for data collection include observation, interviews, document analysis, and literature study. Meanwhile, the analysis method uses the Business Model Canvas. The addition of SEO techniques is used to make it easier for customers to find Aqidah Muslimah products and store. With the E-*

Commerce website, the store can increase sales and capture a wider market share.

Keywords : BMC, UML, SEO

I. PENDAHULUAN

Toko Aqidah Muslimah merupakan sebuah jenis usaha yang bergerak dibidang penjualan hijab, sajadah, dan mukena. Toko ini berdiri pada tahun 2010 yang sebelumnya membuka usaha dibidang jasa menjahit pada tahun 1995. Perkembangan Toko Aqidah Muslimah selama 6 tahun sangat pesat, namun 4 tahun ke belakang penjualan mengalami penurunan. Sistem penjualan saat ini masih menggunakan metode yang sangat terbatas. Adapun model penjualan yang berjalan saat ini masih dilakukan dengan via telepon dan whatsapp saja. Media promosi masih belum maksimal. Bahkan sering terjadi kesalahan pada saat proses pemesanan, dan belum adanya informasi ketersediaan stok barang. Hal itu dapat berimbas pada kemajuan Toko Aqidah Muslimah di masa yang akan datang. Oleh karena itu, Toko Aqidah Muslimah sudah harus memanfaatkan teknologi berbasis ecommerce agar dapat menyelesaikan masalah tersebut. Menurut (Yoga, 2019) Electronic commerce atau Ecommerce ialah sebuah sistem yang di dalamnya memuat aktivitas penjualan, pembelian, serta penyebaran barang dan jasa yang mendayagunakan sistem elektronik seperti misalnya televisi, internet, ataupun jaringan komputer lainnya. Sistem baru tersebut harus mampu menjadi penghubung dan penyampaian informasi yang baik antara pemilik toko dengan konsumen. Website ini dibangun dengan menggunakan wordpress. Menurut (Manulang, Abdillah and Kurniawan, 2017) WordPress digunakan untuk membangun online shop yang professional, yang diperlu dipersiapkan adalah nama domain, hosting dan template. Dengan adanya website ini harapan pemilik toko adalah dapat mempromosikan produk yang tersedia kepada masyarakat luas dan memberikan kemudahan kepada konsumen dalam memesan produk.

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan dua metode, yaitu metode pengumpulan data dan metode analisis.

• **Metode Pengumpulan Data**

Untuk menghasilkan penelitian yang sesuai dengan tujuan, langkah yang dilakukan antara lain :

- Observasi, dengan melakukan pengamatan langsung ke objek penelitian.
- Wawancara, dengan melakukan tanya jawab kepada pemilik toko Aqidah Muslimah
- Analisa Dokumen, dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yan berkaitan dengan transaksi penjualan dan laporan rekapitulasi pada toko Aqidah Muslimah.
- Studi Literatur, dengan melakukan komparasi dengan penelitian-penelitian sejenis yang sudah pernah dilakukan sebelumnya.

• **Metode Analisis**

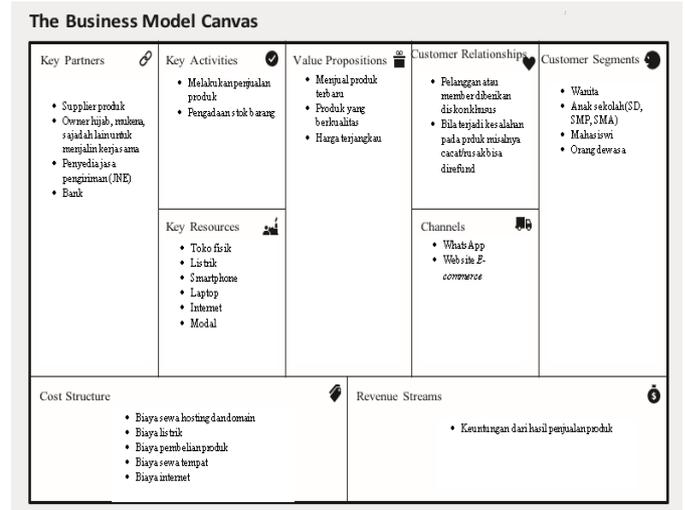
Business Model Canvas adalah sebuah metode yang digunakan dalam mengatur dan mengelola strategi bisnis yang dibentuk secara visual agar lebih mudah dipahami oleh penggunanya (Ramadhan and Fajarita, 2020). Isi dari BMC antara lain : Key Partnes, Key Activities, Value Propositions, Customer Relationship, Customer Segments, Key Resources, Channels, Cost Structure dan Revenue Streams.

Metode ini dapat membantu bagaimana cara memetakan model bisnis pada suatu organisasi yang sedang dianalisis menjadi pengembangan strategi penjualan model bisnis yang lebih baik bagi Toko Aqidah Muslimah.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

III.1. Business Model Canvas (BMC)

Sebelum merancang website ecommerce, langkah pertama yang dilakukan adalah membuat mapping dari model BMC (gambar 1).



Gambar 1. Business Model Canvas Pada Toko Aqidah Muslimah

Berikut ini adalah penjelasan-penjelasan tentang Business Model Canvas pada gambar 1 sebagai berikut:

• **Key Partnership**

Supaya bisnis berjalan dengan baik, Toko Aqidah Muslimah bekerja sama dengan Supplier produk, owner hijab, mukena, sajadah , penyedia jasa pengiriman (JNE), dan bank.

• **Key Activities**

Aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas bisnis yang berkaitan dengan sebuah produk dengan menjual berbagai macam produk hijab, mukena, dan sajadah serta mengadakan stok barang.

• **Value Propotion**

Merupakan nilai yang produsen tawarkan kepada konsumen. Menawarkan produk terbaru, produk yang berkualitas, dan memberikan harga yang terjangkau ke pelanggan.

• **Customer Relationship**

Cara yang dilakukan produsen untuk menjaga hubungan dengan konsumen, Aqidah muslimah mengadakan diskon khusus untuk pelanggan atau member dan bila terjadi kesalahan produk misalnya rusak/cacat bisa di refund.

• **Customer Segment**

Sasaran yang dituju untuk dijadikan sasaran pelanggan Aqidah Muslimah yaitu wanita, anak sekolah(sd,smp,sma), mahasiswi, orang dewasa.

- **Key Resources**
Toko Aqidah Muslimah membutuhkan beberapa sumber daya Seperti Toko fisik, listrik, smartphone, laptop, internet, dan modal.
- **Channels**
Setelah mengetahui calon pelanggan yang akan dituju, Toko Aqidah muslimah akan menggunakan whatsapp sebagai media pemasaran digital yang utama dan Website E-Commerce sebagai media sekaligus penjualan yang baru dan toko fisik sebagai media penjualan offline untuk pelanggan yang ingin membeli langsung dengan datang ke Toko Aqidah Muslimah serta pelanggan dapat tertarik dan ingin membeli produk dari di Aqidah Muslimah. Menggunakan WA broadcast untuk promo-promo atau produk baru.
- **Cost Sturcture**
Pengeluaran yang dikeluarkan Toko Aqidah Muslimah yaitu pembayaran sewa hosting dan domain, pembayaran sewa tempat, pembayaran listrik, biaya pembelian produk, dan biaya internet.
- **Revene Streams**
Revene Streams adalah cashflow atau arus pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Toko Aqidah Muslimah mendapatkan penghasilan menjual berbagai macam produk seperti hijab, mukena, dan sajadah.

III.2. Proses Bisnis

Fokus pada website ini dibagi menjadi dua, yaitu Front End (Pelanggan) dan Back End (Pemilik Toko /Admin). Front End meliputi : proses registrasi, login, keranjang belanja, metode pembayaran, metode pengiriman dan proses refund. Back End meliputi proses : upload produk, verifikasi pembayaran dan refund barang yang dan dan pencetakan laporan operasional toko.

- **Proses Bisnis Pada Front End (Pelanggan)**
 - **Registrasi dan Login**
Sama seperti marketingplace pada umumnya, setiap pelanggan yang menggunakan website ini juga harus melakukan registrasi terlebih dahulu dengan mengisikan user dan password login kedalam website. Langkah selanjutnya setelah melakukan registrasi adalah login ulang
 - **Keranjang Belanja**

Jika login berhasil, lalu pelanggan dapat mulai memilih produk yang akan dibeli dan dimasukkan kedalam keranjang belanja. Pada keranjang belanja ini terdapat tombol untuk checkout. Tombol ini digunakan untuk menandai bahwa pelanggan setuju untuk membeli dan melanjutkan ke proses pembayaran.

- **Metode Pembayaran**

Menurut (Putri, 2019) terdapat banyak sistem pembayaran belanja online lewat toko online memberikan kemudahan dalam pembayaran, bisa transfer rekening hingga COD (Cash on Delivery), bisa kredit di beberapa toko online menyediakan pilihan kredit khusus untuk pembeli yang tidak memiliki budget cukup untuk beli secara cash.

Pada website Aqidah Muslimah menyedakan fitur pembayaran secara transfer yang bekerja sama dengan tiga bank konvensional yaitu : bank Mandiri, bank BCA dan bank Mandiri.

- **Metode Pengiriman**

Setelah memilih metode pembayaran, Langkah selanjutnya adalah memilih jasa pengiriman. Dalam hal ini toko Aqidah Muslimah bekerja sama dengan ekspedisi JNE.

- **Refund**

Refund dilakukan pelanggan apabila terjadi kerusakan pada produk dengan melihat bukti foto yang telah di upload oleh pelanggan dan pelanggan harus mengirim produk yang ingin di refund ke Toko Aqidah Muslimah. Jika produk yang dibeli rusak maka uang akan segera dikembalikan. Apabila setelah dilakukan pengecekan tidak terjadi kerusakan maka admin website membatalkan proses refund.

- **Proses Bisnis Pada Back End (Pemilik Toko/Admin)**

- **Upload Produk**

Admin dapat mengupload produk berdasarkan kategori produk.

- **Verifikasi Pembayaran dan Refund**

Admin akan melakukan pengecekan secara berkala pada dashboard website baik pesanan, pembayaran maupun refund yang masuk. Apabila terdapat pesanan yang masuk, namun belum melakukan pembayaran maka admin akan

membatalkan secara sepihak. Batas maksimal pembayaran adalah 1x24 jam.

- o Pencetakan Laporan Operasional Toko

Adapun laporan yang disediakan pada website ini antara lain : penjualan, pemesanan, pembayaran, pengiriman dan rekapitulasi penjualan per periode, per produk

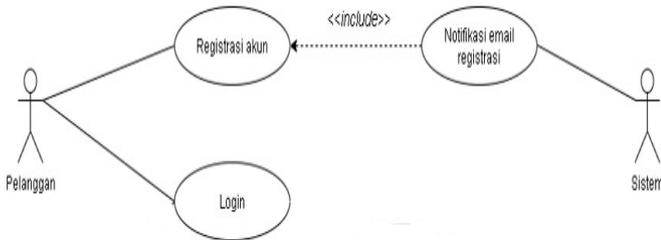
III.3. Use Case Diagram

Diagram use case ini merupakan salah satu model dari UML diagram (Unified Modeling Language). Use Case Diagram Menurut (Handayani, 2018) diagram yang digunakan untuk mendeskripsikan apa yang seharusnya dilakukan oleh sistem. Use case diagram menyediakan cara mendiskripsikan pandangan eksternal terhadap sistem dan interaksi-interaksinya terhadap dunia luar.

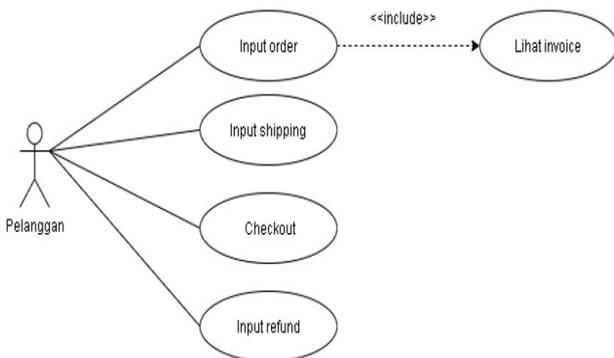
Sebelum membangun aplikasi pada website e-commerce toko Aqidah Muslimah, yaitu membuat gambaran modul salah satunya dengan menggunakan use case diagram.

- UML Diagram Untuk Front End (Pelanggan)

Gambar 2 dan 3 merupakan rancangan modul apa saja yang akan dibuat pada website Aqidah Muslimah yang akan diakses oleh pelanggan. Terdapat modul registrasi akun, login, input order, input shipping, checkout, dan input refund.



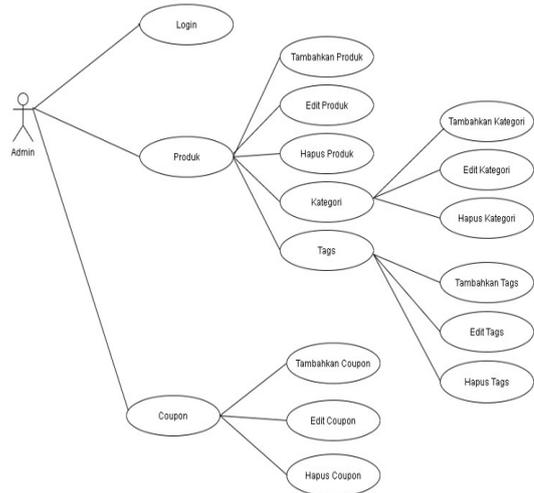
Gambar 2. Use Case Diagram Front End Menu Master



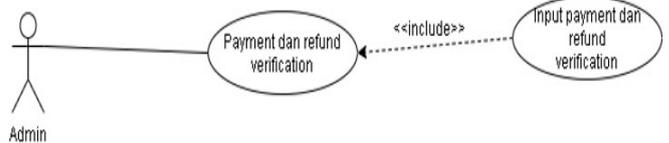
Gambar 3. Use Case Diagram Front End Menu Transaksi

- UML Diagram Untuk Back End (Pemilik Toko/Admin)

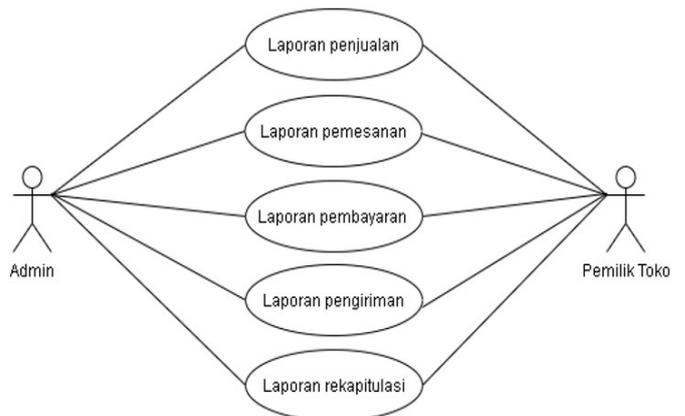
Gambar 4, 5 dan 6 merupakan rancangan modul apa saja yang akan dibuat pada website Aqidah Muslimah yang akan diakses oleh pemilik toko/admin. Terdapat modul utama antara lain login, produk, coupon, payment dan refund verification dan cetak laporan operasional toko.



Gambar 4. Use Case Diagram Back End Menu Master



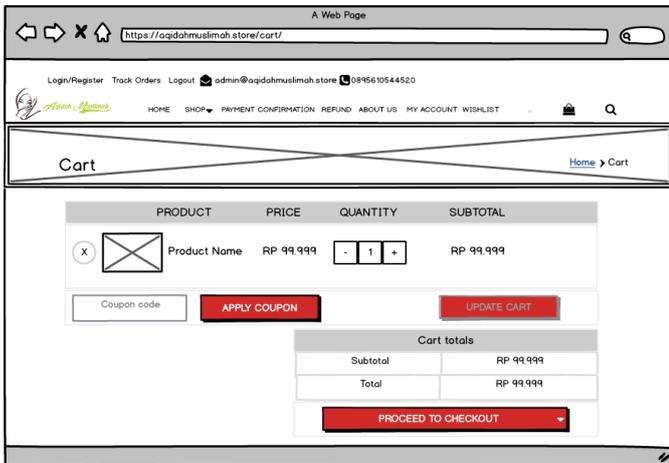
Gambar 5. Use Case Diagram Front End Menu Transaksi



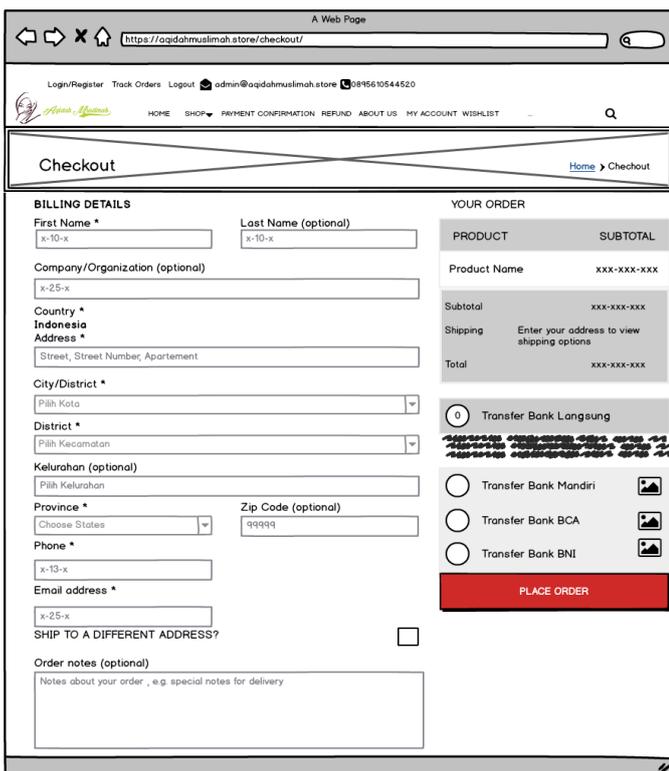
Gambar 6. Use Case Diagram Back End Menu Laporan

III.4. Rancangan Aplikasi

Gambar 7 dan 8 merupakan salah satu rancangan aplikasi pada website Aqidah Muslimah.



Gambar 7. Rancangan Aplikasi Keranjang Belanja Toko Aqidah Muslimah



Gambar 8. Rancangan Aplikasi Proses Checkout Toko Aqidah Muslimah

III.5. Rancangan Keluaran Aplikasi

Gambar 9 merupakan salah satu rancangan keluaran atau cetakan pada saat pelanggan selesai melakukan checkout.



Invoice

X-255-X

AQIDAH MUSLIMAH

X-255-X

Invoice Number: 9999

Invoice Date: mm/dd/yyyy

Order Number: 9999

Order Date: mm/dd/yyyy

Payment Method: x-30-x

Product	Quantity	Price
Product Name SKU: x-30-x Weight: 999	9	Rp 999.999
Subtotal		Rp 999.999
Discount		-Rp 99.999
Shipping		Rp 99.999 via JNE
Total		Rp 999.999

Gambar 9. Rancangan Aplikasi Proses Checkout Toko Aqidah Muslimah

III.6. Strategi Search Engine Optimization

Menurut (Untung Rahardja et all, 2017) SEO (Search Engine Optimized) adalah segala upaya yang dapat kita lakukan untuk meningkatkan ranking websitekita pada mesin pencari, baik yang kita lakukan langsung pada websitekita sendiri (on-page) ataupun faktor-faktor eksternal dari luar websitekita (off-page).

Berikut ini adalah strategi SEO yang digunakan untuk meningkatkan penjualan pada website ecommerce toko Aqidah Muslimah.

III.6.1. Nama Produk dan Kata Kunci

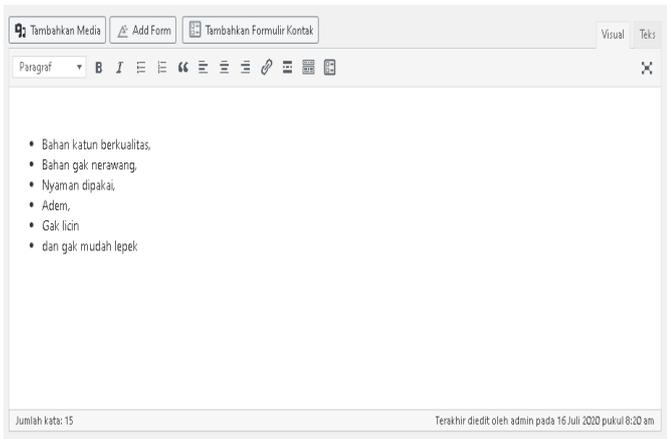
Menentukan nama produk dan kata kunci adalah langkah awal untuk menerapkan SEO. Nama produk harus sesuai dengan apa yang akan dijual pada website e-commerce, dan memfokuskan dan menentukan kata kunci harus tepat dan sesuai dengan nama produk. Kata kunci apa yang biasanya diketik oleh pelanggan di mesin pencarian Google (gambar 10).



Gambar 10. SEO dengan Nama Produk

III.6.2. Deskripsi Produk

Penulisan deskripsi produk dengan tulisan yang sama secara berulang-ulang, dapat menyebabkan produk tidak dapat tampil pada halaman utama Google karena terindikasi atau dianggap spam (gambar 11).



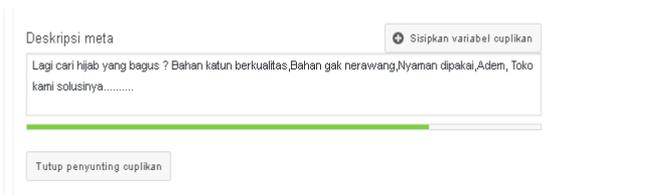
Gambar 11. SEO dengan Deskripsi Produk

III.6.3. Gambar Produk

Toko Aqidah Muslimah menggunakan gambar yang real atau asli untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan bahwa produk yang dijual sama persis dengan yang ada pada gambar.

III.6.4. Meta Description

Meta description adalah isi singkatnya dari deskripsi produk (gambar 12).



Gambar 12. SEO dengan Meta Deskripsi

III.6.5. Focus Keyphrase

Focus Keyphrase seharusnya diisi dengan nama produk kita, karena focus keyphrase hanya memfokuskan ke kata kunci apa saja pada saat dicari oleh mesin pencarian Google (Gambar 13).



Gambar 13. SEO dengan Frasa Kunci Utama

III.6.6. Google Webmaster Tool

Digunakan untuk memverifikasikan alamat website ke dalam sebuah mesin pencarian Google agar website dapat terindeks dan dapat ditemukan oleh mesin pencarian Google.

IV. KESIMPULAN

Kesimpulan akhir dari penelitian ini adalah :

- Website E-Commerce Aqidah Muslimah menjadi media promosi dan pemasaran yang lebih luas
- Website E-Commerce Aqidah Muslimah memberikan kemudahan kepada pemilik toko dan pelanggan melihat stok barang yang tersedia
- Proses membeli produk pada toko Aqidah Muslimah menjadi lebih mudah dan meminimalkan kesalahan pada saat memesan.
- Penggunaan metode Business Model Canvas memudahkan pemilik toko dalam menentukan strategi dalam mengembangkan usahanya.
- Dengan Teknik SEO menjadikan website E-Commerce Aqidah Muslimah mudah dicari dan ditemukan pada mesin pencari Google.

V. DAFTAR PUSTAKA

[1] Yoga, W. 2019. E-Commerce, Pengertian, Manfaat, dan Keuntungannya, www.gurupendidikan.co.id. [online] Available at: <https://www.gurupendidikan.co.id/ecommerce/>

[2] Manulang, D., Abdillah, L. A. and Kurniawan. 2017. Sistem Informasi Penjualan Online (E-Commerce) Menggunakan Cms Wordpress Pada Toko Soraya Shop Palembang , 9 Maret 2017 Universitas Bina Darma SHaP-SITI2017 Fakultas Ilmu Komputer Universitas Bina Darma', pp. 7–12.

[3] Ramadhan, F. and Fajarita, L. 2020. Implementasi Rancangan E-Commerce Pada Surya Timur Collection Dengan Metode Business Model Canvas (Bmc) Berbasis Content Management System (CMS), pp. 251–259.

[4] Putri, A. A. 2019. Pelaksanaan Transaksi Jual Beli Online di Situs Heavenlight . co Implementation of Online Buying Transactions on the Heavenlight . co Site. pp. 52–69.

[5] Handayani, S. 2018. Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis ECommerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta, Vol 10 No 2, p. 182. doi: 10.33096/ilkom.v10i2.310.182-189.

- [6] Raharja, U., et.al. 2017. Peningkatan Rank Alexa Menggunakan Metode SEO Visitor Pada Official Site Ilearning Plus, Ccit Journal ISSN : 1978 -8282. Feb 2017. Vol 10 No 1 (2017)