

## ANALISIS DAN PERANCANGAN E-COMMERCE MENGGUNAKAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM WORDPRESS UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO BENGKEL JHON GARAGE & SPAREPART

Harry Novenlie<sup>1\*</sup>, Ita Novita<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, DKI Jakarta, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup>[harrynovenlie257@gmail.com](mailto:harrynovenlie257@gmail.com), <sup>2</sup>[ita.novita@budiluhur.ac.id](mailto:ita.novita@budiluhur.ac.id)

(\* : corresponding author)

**Abstrak-**Internet merupakan suatu sarana informasi dan komunikasi yang cepat dan akurat. Hal ini membuat banyak pihak memanfaatkan media internet untuk berbagai macam kepentingan salah satunya kepentingan bisnis. Internet juga dapat digunakan sebagai media jual beli dan informasi yang disebut *E-Commerce*. Kehadiran *E-Commerce* menjadi media transaksi baru ini menguntungkan banyak pihak, baik pihak konsumen, maupun pihak produsen, dan pihak penjual. Toko Bengkel Jhon *Garage & Sparepart* merupakan sebuah toko di bidang otomotif yang berada di Jl. Lingkungan 3 RT03/RW03 NO.44, Kel. Tegal Alur, Kec. Kalideres, Jakarta Barat 11820. Adapun beberapa masalah pada Bengkel Jhon *Garage & Sparepart* yaitu pelanggan kesulitan mengetahui informasi produk karena belum memiliki media untuk mengetahui informasi produk, potensi mendapatkan pelanggan baru berkurang, karena belum memiliki media promosi, pemilik mengalami kesulitan dalam melihat ketersediaan stok barang, dan melakukan pembukuan penjualan karena belum memiliki media rekapitulasi pembukuan penjualan dan stok barang. Untuk itu dibutuhkan sebuah sistem yang mampu menyelesaikan permasalahan tersebut. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) untuk menganalisa model pengembangan bisnis. *Fishbone* Diagram untuk menganalisa masalah pada sistem berjalan, Diagram UML untuk perancangan sistem informasi, dan *Content Management System* (CMS) *Wordpress* serta *plugin Woocommerce* untuk implementasi *website E-Commerce*. Hasil dari penelitian ini berupa *website E-Commerce* yang dapat memperluas jangkauan pemasaran serta membantu proses bisnis pada Toko Bengkel Jhon *Garage & Sparepart*.

**Kata Kunci:** *Website, Content Management System (CMS), E-commerce, Business Model Canvas, Fishbone Diagram.*

## ANALYSIS AND DESIGN OF E-COMMERCE USING CONTENT MANAGEMENT SYSTEM WORDPRESS TO INCREASE SALES AT JHON GARAGE & SPAREPART WORKSHOP STORE

**Abstract-** The internet is a means of information and communication that is fast and accurate. This makes many parties take advantage of internet media for various kinds of interests, one of which is business interests. The internet can also be used as a medium for buying and selling and information which is called *E-Commerce*. The presence of *E-Commerce* as a new transaction medium benefits many parties, both consumers, producers and sellers. Jhon *Garage & Spare Parts Workshop Shop* is a shop in the automotive sector which is located on Jl. Neighborhood 3 RT03/RW03 NO.44, Kel. Tegal Alur, Kec. Kalideres, West Jakarta 11820. There are several problems with the Jhon *Garage & Spare Parts Workshop*, namely customers having difficulty finding product information because they do not yet have the media to find out product information, the potential for getting new customers is reduced, because they do not yet have promotional media, the owner has difficulty seeing stock availability, and do bookkeeping of sales because they do not yet have sales bookkeeping recapitulation media and stock of goods. For that we need a system that is able to solve these problems. In this study the authors used the *Business Model Canvas* (BMC) method to analyze business development models. *Fishbone* Diagrams for analyzing problems in running systems, UML Diagrams for designing information systems, and *Wordpress Content Management System* (CMS) and the *Woocommerce* plugin for implementing *E-Commerce* websites. The results of this study are in the form of an *E-Commerce* website that can expand marketing reach and help business processes at the Jhon *Garage & Spare Parts Workshop Shop*.

**Keywords:** *Website, Content Management System (CMS), E-commerce, Business Model Canvas, Fishbone Diagram.*

## 1. PENDAHULUAN

Kegiatan jual beli didalam sebuah media internet lebih dikenal dengan istilah *E-Commerce*. *E-Commerce* adalah kegiatan bisnis dengan tujuan mengambil keuntungan seperti penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran barang atau jasa dengan sistem elektronik melalui suatu jejaring komputer, terutama internet [1]. Melalui *e-commerce* dapat memudahkan pelanggan melakukan transaksi jual beli tanpa harus datang ke lokasi. Toko Bengkel Jhon *Garage & Sparepart* merupakan sebuah toko bidang otomotif yang berada di Jl. Lingkungan 3 RT 03/RW 03 No.44, Kel. Tegal Alur, Kec. Kalideres, Jakarta Barat 11820. Saat ini penjualan dilakukan dengan cara pelanggan mendatangi toko secara langsung.

Adapun beberapa masalah pada Bengkel Jhon *Garage & Sparepart* yaitu, pelanggan kesulitan mengetahui informasi produk karena belum memiliki media untuk mengetahui informasi produk, potensi mendapatkan pelanggan baru berkurang, karena belum memiliki media promosi, pemilik mengalami kesulitan dalam melihat ketersediaan stok barang, dan melakukan pembukuan penjualan karena belum memiliki media rekapitulasi pembukuan penjualan dan stok barang.

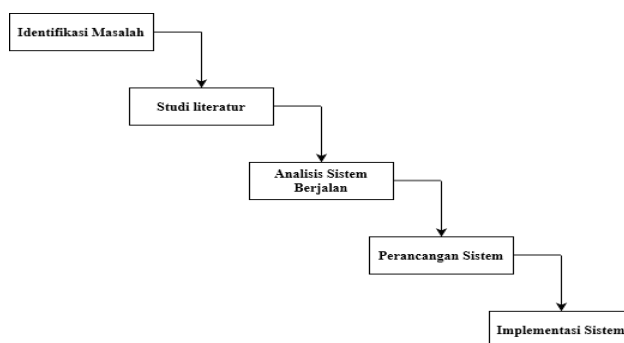
Beberapa studi literatur yang berkaitan dengan penelitian, antara lain : penelitian pertama membahas tentang Penerapan *E-Commerce* Penjualan Rokok Elektrik (Vape) Menggunakan *Content Management System Wordpress* Pada Toko Grande. Kegiatan jual beli *online* menjadi salah satu transaksi yang sedang ramai digunakan. Toko Vape Grande berinisiatif membangun *e-commerce* agar memudahkan akses informasi serta cakupan penjualan lebih luas. Penerapan *e-commerce* pada penelitian ini menggunakan *content management system (CMS) wordpress*. Untuk menganalisis peneliti menggunakan *tools UML* [2]. Penelitian kedua membahas tentang Penerapan Aplikasi Penjualan Online (*E-Commerce*) Menggunakan *Content Management System Wordpress* Pada Toko *Jak Square*. Sistem pemasaran toko *Jak Square* untuk saat ini hanya melalui media sosial seperti *instagram* dan *facebook*, akibatnya tidak banyak diketahui oleh calon *customer* yang membuat menurunnya penjualan karena persaingan yang semakin terus bertambah, oleh karena itu *Jak Square* membutuhkan *website E-Commerce* untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi tanpa adanya batasan waktu dan tempat, serta dapat membantu toko *Jak Square* dalam meningkatkan penjualan dan pemasaran produknya [3]. Penelitian ketiga membahas tentang penjualan daring (*online*) menggunakan *e-commerce* pada *Rob'STaR's*. Masalah yang dihadapi oleh *Rob'STaR's* adalah Promosi yang tidak memiliki jangkauan luas mengakibatkan sepi konsumen, kalah bersaing dengan penjual yang sudah mempunyai *E-Commerce* tersendiri, Pelanggan akan bertanya dahulu ketersediaan stok jika membeli salah satu produk, Banyak Produk tidak laku terjual sehingga banyak barang yang menumpuk di gudang. Adapun tujuan yang hendak dicapai adalah mempermudah penyajian informasi yang dibutuhkan baik oleh konsumen maupun pemilik toko, Memudahkan pelanggan dalam memilih stok pada produk, Membuatkan *website e-commerce* dengan harapan dapat meningkatkan penjualan produk. Manfaat yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan pada toko dan mempromosikan lebih luas barang yang akan dijual serta mengefisienkan pembuatan laporan penjualan toko [4]. Penelitian keempat membahas tentang Penggunaan *Content Management System Wordpress* pada toko *Redsoul* untuk penerapan aplikasi *e-commerce*. Toko *RedSoul* saat ini hanya menggunakan sistem transaksi konvensional, karena penjualan melalui penggunaan media sosial seperti *Instagram* tidak terlalu berpengaruh signifikan terhadap penjualan, maka Toko *RedSoul* menginginkan adanya *web E-Commerce* yang selain dapat memberikan pelanggan akses lebih mudah untuk mencari informasi produk dan dapat juga meningkatkan penjualan Toko *RedSoul*. Tujuan penelitian ini adalah dengan dibuatnya toko *online* yang dapat memberi solusi bagi masalah yang terjadi dan meningkatkan penjualan produk [5]. Penelitian kelima membahas tentang Analisa dan Rancangan *E-Commerce* Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko *Umi Collection*. Selama ini hanya mempunyai toko fisik saja. Penelitian ini bermaksud untuk membantu toko *umi collection* dalam proses peningkatan penjualan dengan dibuatnya *e-commerce*. Metode pada penelitian menggunakan metode *fishbone*, data model dan *waterfall*. Untuk menganalisanya menggunakan *tools UML* [6].

Berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan dan beberapa literatur sejenis, maka penulis mengusulkan untuk membuat sistem *website* penjualan *online (e-commerce)* agar dapat mempermudah pemilik dalam melakukan promosi produk, serta meningkatkan jangkauan penjualan.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Tahapan Penelitian

Pada tahapan penelitian ini diawali dengan mengidentifikasi masalah yang ada pada Toko Bengkel Jhon *Garage & Sparepart* dengan melakukan wawancara, kemudian mencari studi literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang ada pada toko, melakukan analisis dan perancangan sistem, setelah itu melakukan implementasi sistem *e-commerce*.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Berdasarkan tahapan penelitian pada gambar 1, proses yang dijalankan untuk menyelesaikan masalah pada Toko Bengkel Jhon *Garage & Sparepart* adalah sebagai berikut :

- Melakukan observasi/pengamatan secara langsung dengan mengunjungi Toko Bengkel Jhon *Garage & Sparepart*, untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian.
- Mengajukan beberapa pertanyaan kepada pemilik Toko Bengkel Jhon *Garage & Sparepart*.
- Proses mengumpulkan data atau analisa dokumen yang ada pada Toko Bengkel Jhon *Garage & Sparepart* dalam menjalankan aktivitas bisnis.
- Melakukan Identifikasi masalah yang ada pada Toko Bengkel Jhon *Garage & Sparepart* dengan melakukan observasi dan wawancara.
- Mencari studi literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang ada pada Toko Bengkel Jhon *Garage & Sparepart*.
- Melakukan analisis permasalahan menggunakan *fishbone* diagram.
- Membuat perancangan sistem menggunakan *use case* diagram.
- Mengimplementasikan sistem *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan pada Toko Bengkel Jhon *Garage & Sparepart*.
- Menerapkan strategi *Search Engine Optimization* (SEO), dan strategi marketing.

### 2.2 Metodologi Pengumpulan Data

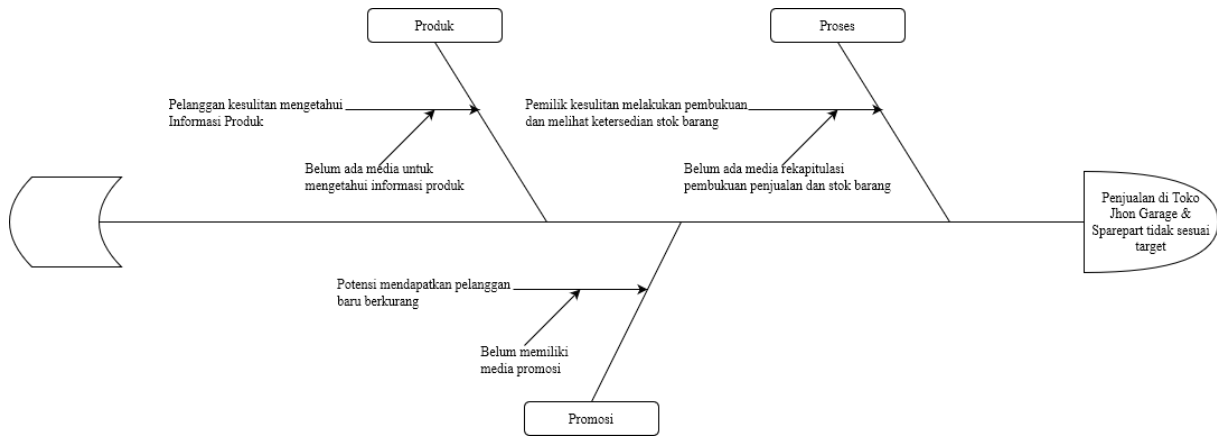
Pengumpulan data bertujuan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam perancangan sistem serta mencapai tujuan penelitian. Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- Observasi  
Melakukan pengamatan secara langsung dengan mengunjungi Toko Bengkel Jhon *Garage & Sparepart*, untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian.
- Wawancara  
Mengajukan beberapa pertanyaan kepada pemilik Toko Bengkel Jhon *Garage & Sparepart*.
- Analisa Dokumen  
Proses mengumpulkan data atau dokumen yang ada pada Toko Bengkel Jhon *Garage & Sparepart* dalam menjalankan aktivitas bisnis.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Analisis Masalah

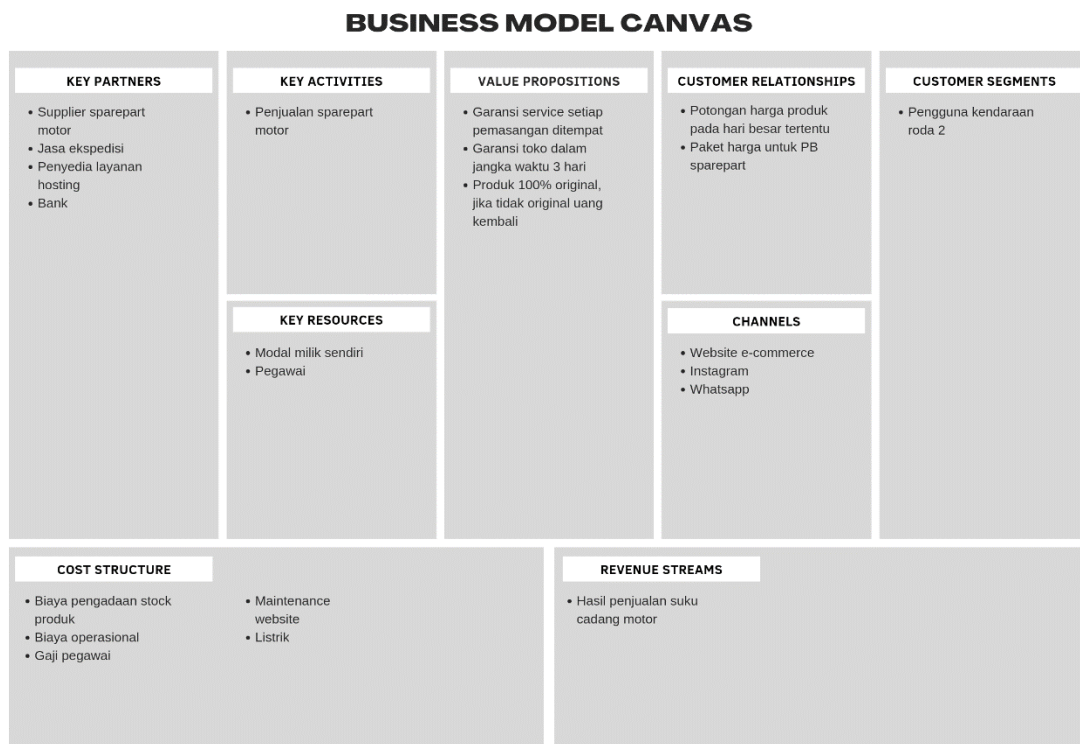
A.Vandy Pramujaya (2019), *fishbone* diagram merupakan suatu metode analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi masalah kualitas dan *checkpoint* yang meliputi empat jenis bahan atau peralatan, tenaga kerja dan metode. Alasan yang terkait dengan setiap kategori terkadang terikat pada *branch bone* yang berbeda di sepanjang proses curah pendapat [7]. Untuk mengetahui dan mempermudah dalam menganalisa masalah, maka penulis menggambarkan menggunakan *fishbone* diagram.



Gambar 2. Fishbone Diagram

### 3.2 Business Model Canvas

Sutrisno & Putra (2019) *Business Model Canvas* merupakan model bisnis yang berisi pemikiran dari sebuah organisasi menciptakan suatu nilai dalam organisasi tersebut [8].



Gambar 3. Business Model Canvas

Pada gambar 3 menjelaskan bahwa *Business Model Canvas* merangkum proses bisnis pada Toko Bengkel Jhon Garage & Sparepart yang terdiri dari 9 pilar, yaitu *Value Proposition*, Nilai atau *value* yang ditawarkan Bengkel Jhon Garage & Sparepart kepada pelanggannya yaitu memberikan garansi *service* ditempat jika ada kesalahan dari pihak Bengkel Jhon Garage & Sparepart. Pelanggan juga mendapatkan garansi toko dalam

jangka waktu 3 hari. Produk yang toko jual 100% original. *Customer Segments*, Bagian ini mengenai target pasar dari Bengkel Jhon Garage & Sparepart yaitu pengguna sepeda motor yang memerlukan suku cadang motor. Karena pemilik hanya mengetahui sebatas kendaraan bermotor. *Customer Relationship*, Bagian ini dimana Bengkel Jhon Garage & Sparepart memberikan hubungan yang baik dengan pelanggan seperti paket harga pembelian sparepart kendaraan di hari besar. *Channels*, Bengkel Jhon Garage & Sparepart mempunyai media penyebaran yang digunakan dalam memberikan informasi mengenai sparepart melalui *website e-commerce*, *instagram*, dan *whatsapp* melalui *group* yang tersedia. *Key Partners*, Bengkel Jhon Garage & Sparepart mempunyai mitra dalam menjalankan bisnis ini seperti *supplier sparepart* motor, jasa pengiriman, penyedia layanan *hosting*, dan *bank* untuk transaksi pembayaran. *Key Activities*, Aktivitas yang dilakukan oleh Bengkel Jhon Garage & Sparepart berhubungan menjual sparepart motor. *Key Resources*, Sumber daya utama atau *asset* yang dimiliki oleh Bengkel Jhon Garage & Sparepart agar dapat berjalan sesuai dengan rencana *Business Model Canvas*, dengan adanya toko fisik milik sendiri, memiliki modal sendiri dan pegawai. *Cost Structure*, Bagian ini berisi biaya yang dikeluarkan oleh Bengkel Jhon Garage & Sparepart, yaitu biaya pengadaan stok produk, biaya operasional, biaya internet dan listrik, gaji pegawai, *maintenance website*. *Revenue Stream*, Merupakan bagian dimana Bengkel Jhon Garage & Sparepart memperoleh pendapatan dari hasil penjualan suku cadang motor.

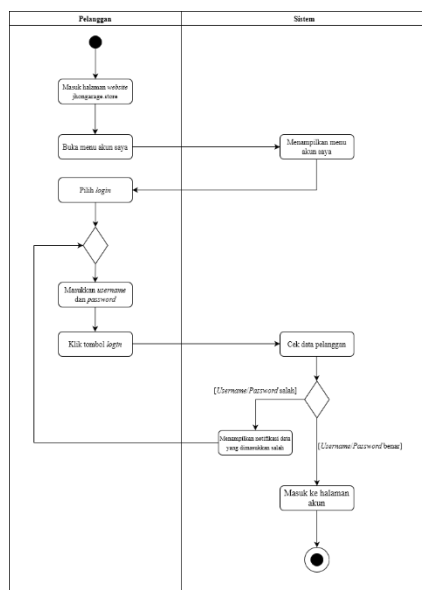
### 3.3 Activity Diagram

#### 3.3.1 Activity Diagram Login Pelanggan

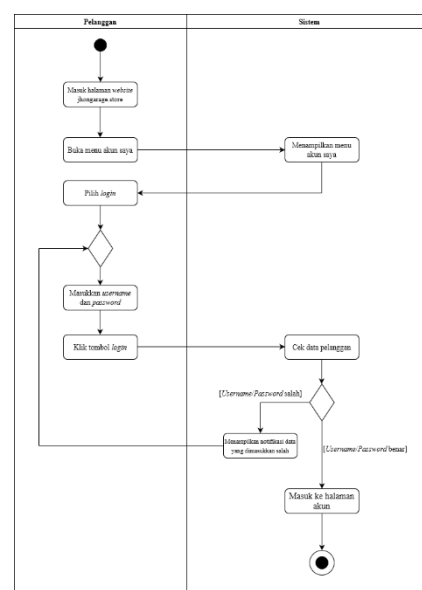
Pelanggan *login* pada *website* terlebih dahulu dengan memilih menu *my account* lalu pilih *login*. Pada menu *login* pelanggan memasukkan *username* dan *password* yang sudah dibuat. Jika *username/password* salah maka akan muncul notifikasi bahwa *username/password* salah. Jika *username/password* benar maka pelanggan dapat masuk ke *website* *jhongarage.store* dan dapat memesan produk. Seperti yang tergambar pada gambar 4.

#### 3.3.2 Activity Diagram Pemesanan Produk

Pelanggan dapat memesan produk setelah pelanggan sudah *login*, kemudian di halaman beranda pada *website* *jhongarage.store* pelanggan dapat memilih menu *shop*, lalu pilih produk yang diinginkan, kemudian klik produk yang diinginkan, maka akan menampilkan detail produk. Setelah itu pelanggan klik tambahkan keranjang, kemudian jika pelanggan ingin lanjut memesana produk, pelanggan dapat memilih menu *checkout*. Kemudian isi *form* data pelanggan yang ada pada halaman *checkout*, setelah itu pelanggan dapat langsung pilih ekspedisi pengiriman, kemudian buat pesanan. Setelah pemesanan berhasil maka pelanggan dan admin akan menerima email notifikasi pesanan. Seperti yang tergambar pada gambar 5.



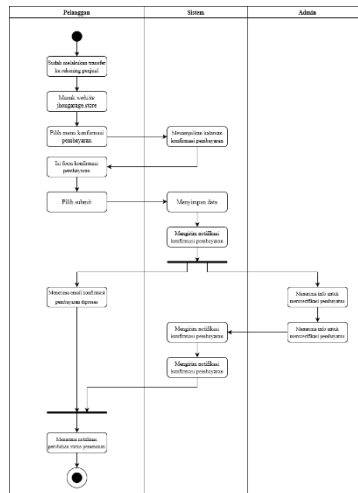
Gambar 4. Activity Diagram Login Pelanggan



Gambar 5. Activity Diagram Pemesanan Produk

#### 3.3.3 Activity Diagram Konfirmasi Pembayaran

Pelanggan yang sudah melakukan pembayaran dapat mengisi *form* konfirmasi pembayaran pada menu konfirmasi pembayaran di halaman *website* jhongarage.store, kemudian setelah pelanggan mengisi *form* konfirmasi pembayaran klik tombol *submit*. Setelah itu pelanggan dan admin akan menerima email notifikasi konfirmasi pembayaran. Dan admin akan memverifikasi pembayaran kemudian mengubah status pesanan. Seperti yang tergambarakan pada gambar 6.



Gambar 6. Activity Diagram Konfirmasi Pembayaran

### 3.4 Use Case Diagram

Use case diagram merupakan suatu Teknik pengembangan sebuah *software* atau sistem informasi, *use case* menjelaskan interaksi antara aktor dengan sistem itu sendiri [9]. Use case diagram pada Toko Jhon Garage & Sparepart menjadi 3 bagian antara lain : *use case* diagram master, *use case* diagram transaksi dan *use case* laporan.

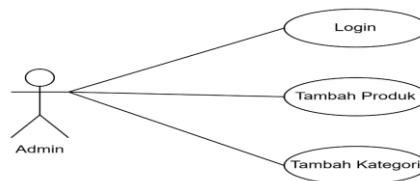
#### a. Use Case Diagram Master

Pada *use case* ini dibagi menjadi dua sisi yaitu, admin dan pelanggan. Berikut ini merupakan *use case* diagram master pada Toko Bengkel Jhon Garage & Sparepart :

##### 1. User Admin

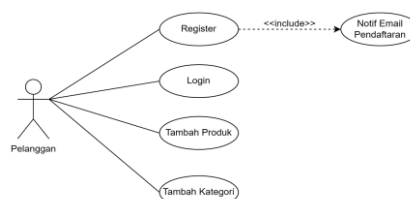
Pada *use case* diagram master dari sisi *user* admin ini mempunyai beberapa aktivitas yang dapat dilakukan oleh admin, yaitu :

Gambar 7. Use Case Diagram Master Admin



##### 2. User Pelanggan

Pada *use case* diagram master dari sisi pelanggan ini mempunyai beberapa aktivitas yang dapat dilakukan oleh pelanggan, yaitu :



Gambar 8. Use Case Diagram Master Pelanggan

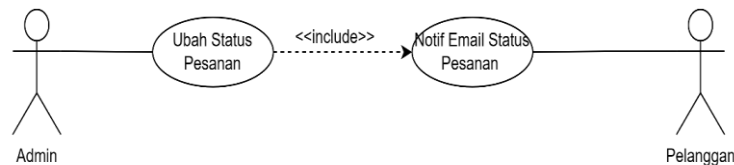


b. *Use Case Diagram Transaksi*

Pada *use case* ini dibagi menjadi dua sisi yaitu, admin dan pelanggan. Berikut ini merupakan *use case diagram* transaksi pada Toko Bengkel Jhon Garage & Sparepart :

1. *User Admin*

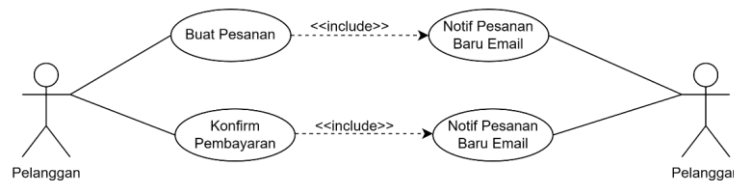
Pada *use case diagram* transaksi dari sisi *user* admin ini mempunyai beberapa aktivitas yang dapat dilakukan oleh admin, yaitu :



**Gambar 9.** *Use Case Diagram Transaksi Admin*

2. *User Pelanggan*

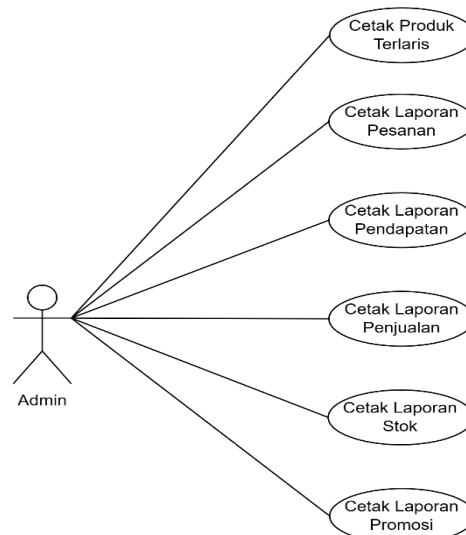
Pada *use case diagram* transaksi dari sisi *user* pelanggan ini mempunyai beberapa aktivitas yang dapat dilakukan oleh pelanggan, yaitu :



**Gambar 10.** *Use Case Diagram Transaksi Pelanggan*

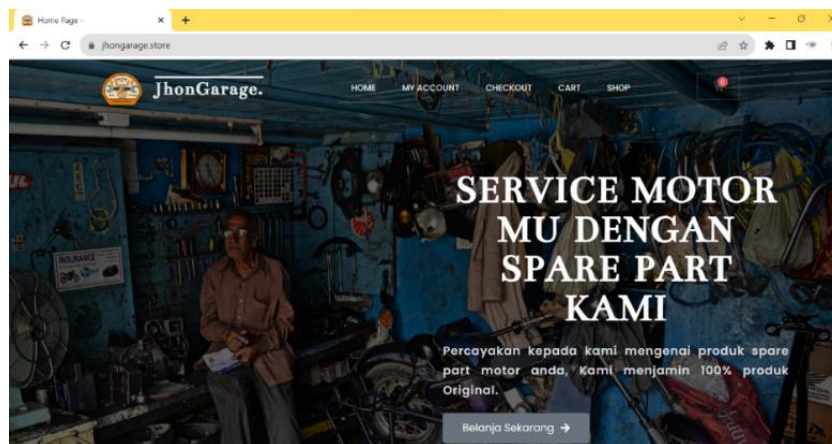
c. *Use Case Laporan*

*Use case diagram* laporan hanya mempunyai satu sisi yaitu *user* admin. Berikut ini merupakan *use case diagram* laporan pada Toko Jhon Garage & Sparepart :



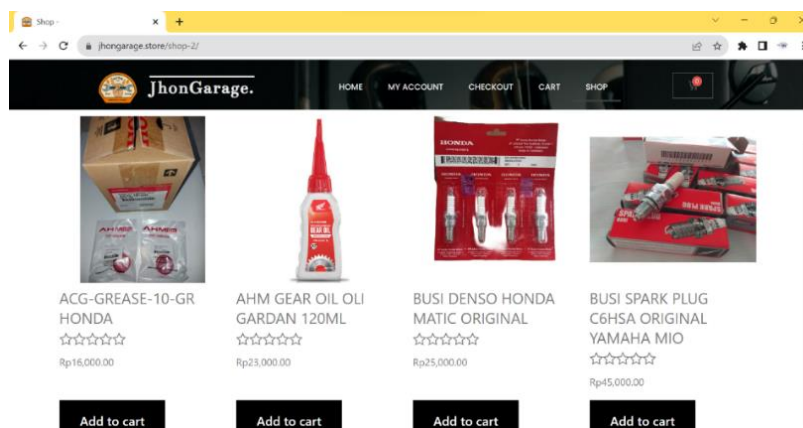
**Gambar 11.** *Use Case Diagram Laporan*

### 3.5 Hasil Implementasi Sistem



Gambar 12. Rancangan Layar Homepage

Pada gambar 12 ditampilkan layar utama bagi pelanggan, dan terdapat beberapa menu yaitu *Home* untuk menampilkan halaman utama pada *website*, *My Account* untuk menampilkan halaman *login* untuk pelanggan, *Checkout* untuk menampilkan halaman proses pembayaran, *Cart* (keranjang) untuk menampilkan halaman pesanan produk yang akan diproses untuk melakukan pembayaran, *Shop* untuk menampilkan halaman informasi dan harga produk.



Gambar 13. Rancangan Layar Menu Shop

Pada gambar 13 ditampilkan Rancangan Layar Menu *Shop* atau halaman belanja untuk melihat informasi dan harga produk yang ada pada *website* Toko Bengkel Jhon Garage & Sparepart.

<p><b>Billing details</b></p> <p>First name * <input type="text" value="Harry"/></p> <p>Last name * <input type="text" value="Novenlie"/></p> <p>Company name (optional) <input type="text" value="Harry"/></p> <p>Country / Region * <input type="text" value="Indonesia"/></p> <p>Province * <input type="text" value="DKI Jakarta"/></p> <p>Town / City * <input type="text" value="JAKARTA BARAT"/></p>	<p><b>Your order</b></p> <p>AHM GEAR OIL OLI GARDAN 120ML *1 <b>Rp23,000.00</b></p> <p>Shipping Weight 1 Kg</p> <hr/> <p><b>Subtotal</b> <b>Rp23,000.00</b></p> <p><b>Shipping</b> Enter your address to view shipping options.</p> <hr/> <p><b>Total</b> <b>Rp23,000.00</b></p> <p><input checked="" type="radio"/> Direct bank transfer</p> <p>Make your payment directly into our bank account. Please use your Order ID as the payment reference. Your order will not be shipped until the funds have cleared in our account.</p> <p></p>
---	---

Gambar 14. Rancangan Layar Menu Checkout



Pada gambar 14 ditampilkan Rancangan Layar Menu *Checkout*. Pada menu *checkout* pelanggan dapat mengisi *form* untuk melakukan pembayaran produk yang ingin dibeli oleh pelanggan.

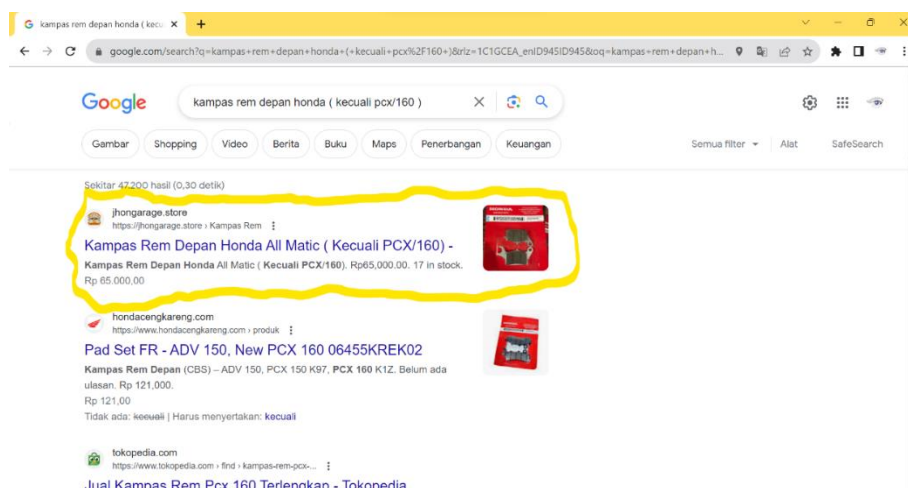
Date	Order #	Status	Customer	Customer type	Product(s)	Items sold	Coupon(s)	Net sales
July 13, 2023	886	Completed	venlie optik	Returning	Kampas Rem Yamaha All Matic Mio + 1 more	3		Rp145,000.00
July 12, 2023	881	Completed	ade fajri	Returning	OLI FSTRON GOLD SW-30 1L	1	jhen1	Rp126,000.00
July 12, 2023	303	Completed	Jhon Garage	New	ACG- GREASE-10-GR HONDA	1		Rp16,000.00
July 12, 2023	847	Completed	tasya elsa	New	ACG- GREASE-10-GR HONDA	1		Rp16,000.00

**Gambar 15.** Rancangan Layar Laporan Penjualan

Pada gambar 15 ditampilkan Rancangan Layar Laporan Penjualan guna untuk mempermudah pemilik melihat pembukuan penjualan online pada Toko Bengkel Jhon Garage & Sparepart.

### 3.6 Search Engine Optimization (SEO)

Strategi SEO merupakan serangkaian proses yang dilakukan secara sistematis bertujuan untuk meningkatkan volume dan kualitas trafik kunjungan melalui mesin pencari menuju situs *web* tertentu [10]. Proses strategi SEO pada penelitian ini pertama, yaitu masuk kedalam *web* admin dan pilih *Yoast* SEO, pilih *Site Connection*, klik *Google Search Console*, kemudian pada *window* *Webmaster Central* pilih *HTML Tag*, *Copy Code* yang ditanda lalu klik *verif*, *paste Code* ke kolom *Google Search Console* lalu *Save Change*. *Setting Google Search Console*, masuk ke halaman <https://search.google.com/searchconsole/about>, klik *add property*, masukkan domain *web*, verifikasi domain, kemudian pilih menu *sitemap*, buka kembali *web* admin dan pilih *Yoast* SEO, pilih fitur, klik bagian *XML sitemap*, buka *XML sitemap*. Strategi SEO Riset Kata Kunci, Pemilihan kata kunci, menambahkan kata unik untuk kata kunci. Strategi SEO pada *web*, membuat nama produk, membuat frasa kunci utama yang sesuai dengan judul *website* dan produk, membuat detail deskripsi produk, membuat nama pada gambar sesuai dengan nama barang yang akan dijadikan kata kunci, gunakan tag yang tepat untuk menggambarkan produk, kemudian membuat deskripsi meta untuk menentukan apakah deskripsi meta yang dibuat sesuai dengan deskripsi barang atau halaman pada situs. Seperti yang digambarkan pada gambar 16, ditampilkan Hasil Implementasi SEO dengan menggunakan kata kunci “Kampas Rem Depan Honda (kecuali PCX/160) pada *website* Toko Bengkel Jhon Garage & Sparepart.



**Gambar 16.** Hasil Implementasi SEO

### 3.7 Strategi Marketing

Strategi pemasaran yang diterapkan di *e-commerce* Toko Bengkel Jhon *Garage & Sparepart* dalam meningkatkan penjualan menggunakan strategi pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Dari keempat komponen tersebut, hanya *Product, Price, dan Promotion* yang digunakan dalam penelitian ini. Produk yang diterapkan ialah menghadirkan semua produk sehingga pelanggan dapat memilih produk dengan lebih leluasa dan mengetahui informasi mengenai produk itu sendiri hingga menjatuhkan pilihannya pada salah satu produk. Harga adalah salah satu poin paling mengesankan dalam peningkatan penjualan. Toko Bengkel Jhon *Garage & Sparepart* memberikan promo menarik pada hari-hari besar untuk beberapa produk. Promosi dilakukan dengan media sosial *instagram* dengan cara membuat konten promosi produk dan mencantumkan link *website* toko. Pada media sosial *whatsapp* dilakukan dengan cara menulis pesan menarik serta mencantumkan beberapa media yang bisa diakses seperti *Instagram* dan *link website* Toko.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan, yaitu :

- a. Dengan adanya katalog produk pada *website* Toko Bengkel Jhon *Garage & Sparepart*, pelanggan dengan mudah mendapatkan informasi dan harga produk, serta mengetahui adanya produk terbaru.
- b. Dengan adanya *website* Toko Bengkel Jhon *Garage & Sparepart*, potensi mendapatkan pelanggan baru dan pemasaran semakin meluas.
- c. Dengan adanya *website* Toko Bengkel Jhon *Garage & Sparepart*, memudahkan pemilik melihat ketersediaan stok, serta mengurangi kekeliruan dalam proses pengelolaan pembukuan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Achmad Syarif Fidayat selaku pemilik Toko Bengkel Jhon *Garage & Sparepart* yang telah memberikan izin sebagai tempat riset untuk melakukan penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aseprudin, M., & Gata, G. (2020). Penggunaan content management system wordpress pada toko Redsoul untuk penerapan aplikasi e-commerce. *IDEALIS: InDonEsiA journal Information System*, 3(1), 322-327.
- [2] Bias, Z., Gata, G., dan Yuliazmi. (2021). Penjualan Daring (Online) Menggunakan E-Commerce Pada ROB'STaRS. *Indonesia Journal Information System (IDEALIS)*, 4 (1), pp 63-72.
- [3] Dharmawan, R., & Gata, G. (2020). Penerapan Aplikasi Penjualan Online (E-Commerce) Menggunakan Content Management System Wordpress Pada Toko Jaksquare. *IDEALIS: InDonEsiA journal Information System*, 3(1), 132-138.
- [4] Wulandari, E., & Gata, G. (2020). Penerapan E-Commerce Untuk Penjualan Rokok Elektrik (Vape) Menggunakan Content Management System Wordpress Pada Toko Vape Grande. *IDEALIS : InDonEsiA Journal Information System*, 3(1), 545-551. <https://doi.org/10.36080/idealis.v3i1.1717>
- [5] Hakim, H. L. (2019). Analisa Dan Rancangan E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Umi Collection. *IDEALIS: InDonEsiA journal Information System*, 2(2), 63-71.
- [6] Coccia, M. (2018). The Fishbone Diagram to Identify, Systematize and Analyze the Sources of General Purpose Technologies. *Journal of Social and Administrative Sciences*, 4(4), 291-303. <https://ssrn.com/abstract=3100011> [Electroniccopyavailableat:https://ssrn.com/abstract=3100011](https://ssrn.com/abstract=3100011) [Electroniccopyavailableat:https://ssrn.com/abstract=3100011](https://ssrn.com/abstract=3100011)
- [7] Halilintar, R. B., & Ariyus, D. (2018). Implementasi Seo (Search Engine Optimization) Pada Website Agc (Auto Generated Content) Untuk Meningkatkan Serp (Search Engine Result Page) Studi Kasus: Website Gallery. *SEMNASSTEKNOMEDIA ONLINE*, 6(1), 1-3.
- [8] Novita, D., & Helena, F. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Traveloka Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dan End-User Computing Satisfaction (EUCS). *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 2(1), 22-37.
- [9] Putra, A. V. P., & Kurniawati, D. A. (2019). Analisis Penyebab Kegagalan Packer Machine Pada Bag Transfer System Dengan Menggunakan Metode Fault Tree Analysis (Fta), Failure Mode And Effect Analysis (Fmea), Dan Fishbone Analysis. *CIEHIS Prosiding*, 1(1), 125-132.
- [10] Sutrisno, J. (2019). Implementasi E-commerce Dengan Content Management System (CMS) Untuk Meningkatkan Penjualan Distro Rotasi Store. *IDEALIS: InDonEsiA journal Information System*, 2(6), 358-362.