

PENERAPAN E-COMMERCE MENGGUNAKAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) WORDPRESS PADA YAN SKETCH ART UNTUK MEMPERLUAS PEMASARAN

Syarif Hardi Winata¹, Bima Cahya Putra^{2*}, Yudi Santoso³, Wendi Usino⁴, Ika Susanti⁵

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

Email: 11812520102@student.budiluhur.ac.id, 2*bimo.cahyaputra@budiluhur.ac.id, 3yudi.santoso@budiluhur.ac.id,
4wendi.usiono@budiluhur.ac.id, ika.susanti@budiluhur.ac.id

Abstrak- *E-commerce* memfasilitasi transaksi cepat, hemat biaya serta nyaman untuk aktivitas jual-beli baik berupa barang fisik, produk digital, hingga layanan jasa di era yang serba canggih saat ini. Yan Sketch Art adalah bentuk usaha perseorangan yang menggeluti bidang penjualan barang-barang fashion secara eceran. Kekurangan sistem penjualan di Yan Sketch Art yakni data penjualan hanya di kelola melalui aplikasi *WhatsApp* saja, proses pemesanan produk tidak ter-dokumentasi dengan baik karena menggunakan aplikasi Excel, kegiatan promosi kurang signifikan berakibat pada visibilitas toko terganggu menyebabkan konsumen tetap saja yang membeli kembali. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis permasalahan dan mengembangkan aplikasi penjualan elektronik (*E-Commerce*) dengan tujuan memberikan kemudahan akses informasi produk kepada calon konsumen baik dalam maupun luar kota serta untuk memudahkan penjualan dalam mengelola data. Dalam penelitian ini pengumpulan data melalui metode wawancara, observasi, studi literatur dan analisis dokumen. Analisis dan perancangan sistem *E-Commerce* menggunakan *Content Management System (CMS)* untuk mengimplementasikan model *E-Commerce*, *Business Model Canvas (BMC)* untuk menganalisis model bisnis perusahaan, teknik *Search Engine Optimization (SEO)* untuk pencarian kata kunci, dan menggabungkan strategi pemasaran menggunakan strategi *Mix Marketing 4P* (*Product, Price, Place, dan Promotion*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Yan Sketch Art membutuhkan platform penjualan berbasis *E-Commerce* dengan memanfaatkan metode *On-Page SEO* serta menerapkan strategi *Mix Marketing 4P* melalui berbagai fitur seperti modul *newsletter*, testimoni, kupon, hingga diskon produk, dan memanfaatkan sistem *Google Search Console* maupun email untuk pengenalan merk produk. Hal ini memberikan sebuah rekomendasi dalam penyelesaian pekerjaan secara efisien dan efektif.

Kata kunci : E-Commerce, Yan Sketch Art, Content Management System, Strategi Mix Marketing 4P, Search Engine Optimization

IMPLEMENTING E-COMMERCE USING THE CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) WORDPRESS FOR YAN SKETCH ART TO EXPAND MARKETING

Abstract- *E-commerce* facilitates fast, cost-effective and convenient transactions for buying and selling activities in the form of physical goods, digital products, and services in today's sophisticated era. Yan Sketch Art is a form of individual business that is engaged in the sale of fashion goods at retail. The shortcomings of the sales system at Yan Sketch Art are that sales data is only managed through the *WhatsApp* application, the product ordering process is not well documented because it uses the Excel application, promotional activities are less significant as a result of disturbed store visibility causing consumers to keep buying back. This research was conducted to analyze the problem and develop an electronic sales application (*E-Commerce*) with the aim of providing easy access to product information to potential customers both inside and outside the city and to facilitate sales in managing data. In this study, data collection through interviews, observations, literature studies and document analysis methods. Analysis and design of *E-Commerce* systems using *Content Management System (CMS)* to implement the *E-Commerce* model, *Business Model Canvas (BMC)* to analyze the company's business model, *Search Engine Optimization (SEO)* techniques for keyword searches, and combining marketing strategies using the *4P Marketing Mix* strategy (*Product, Price, Place, and Promotion*). The results of this study show that Yan Sketch Art needs an *E-Commerce* based sales platform by utilizing the *On-Page SEO* method and implementing the *4P Mix Marketing* strategy through various features such as *newsletter* modules, testimonials, coupons, to product discounts, and utilizing the *Google Search Console* system and email for product brand recognition. This provides a recommendation in completing the work efficiently and effectively.

Keywords: E-Commerce, Yan Sketch Art, Content Management System, Strategi Mix Marketing 4P, Search Engine Optimization

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dan informasi telah berdampak pada cara manusia menjalankan aktivitas sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Peranan sistem informasi online saat ini sangat berguna dalam meningkatkan akses terhadap informasi[1]. E-Commerce merupakan sistem bisnis dengan mengaplikasikan teknologi elektronik yang saling terhubung antara perusahaan, konsumen, serta masyarakat dalam transaksi digital atau elektronik[2]. E-commerce mengacu pada pembelian dan penjualan barang dan jasa yang dilakukan sepenuhnya secara online, baik antar perusahaan maupun antar individu [3]. Dalam mengembangkan sebuah usaha para pemilik usaha ingin produk yang mereka miliki dijangkau oleh banyak konsumen[4].

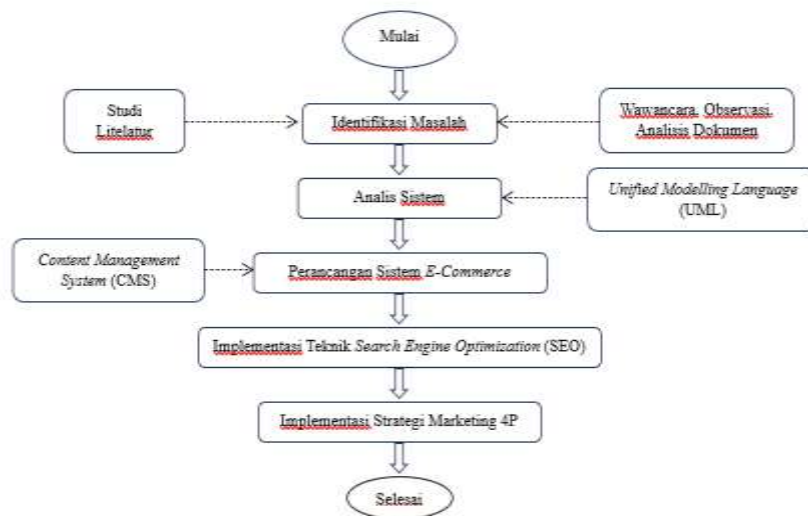
Yan Sketch Art merupakan sebuah usaha individu yang fokus pada penjualan produk fashion berlokasi di JL. D GG VI NO.11 Karang Anyar RT 005 / RW 002 Kelurahan Karang Anyar Kecamatan Sawah Besar, Jakarta Pusat - 10740. Toko itu berfokus pada penjualan fashion. Saat ini, pengolahan data penjualan belum mencapai tingkat optimal karena data penjualan dikelola melalui aplikasi WhatsApp dan Instagram. Proses pemesanan produk juga belum didokumentasikan dengan baik, karena mengandalkan aplikasi Excel, untuk kegiatan pembelinya yang menggunakan social media Instagram konsumen diberikan tampilan gambar produk yang di jual oleh pemilik, apabila konsumen ingin menanyakan terkait produk tersebut pemilik mengalihkan ke media social berupa Whatsapp dalam proses bertanya terkait produk yang akan di beli, kegiatan di Whtasapp konsumen yang sebelumnya sudah melihat barang-barang di Instagram kini menggunakan whatsapp untuk bertanya-tanya terkait produk yang di jual dan proses transaksi harga barang serta harga ongkir barang. Selain itu, hanya konsumen yang telah melakukan pembelian sebelumnya yang kembali membeli produk tersebut karena tidak adanya promosi produk, yang mengakibatkan kurangnya pengenalan toko secara luas. Hal ini menyebabkan pendekatan pemasaran yang kurang efektif, di antara semua permasalahan yang ada saat ini.

Penelitian awal yang dilakukan oleh[5] merupakan salah satu contoh tinjauan pustaka yang relevan dengan penelitian ini walaupun ada sedikit perbedaan dalam metode penelitian yang diterapkan serta proses uji coba penelitian yang dilakukan. Dengan bantuan infrastruktur yang berkembang dengan baik dan kemampuan teknologi yang terus meningkat, informasi telah berkembang menjadi kebutuhan dasar manusia. Salah satu permasalahan yang muncul di perusahaan ini adalah masih menggunakan teknik manual dalam periklanan dan penjualan, yaitu dengan mendatangi *door to door* dan membagikan pamflet. Ini adalah metodologi air terjun yang digunakan untuk desain dan pengembangan sistem. Metode penelitian yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan studi kepustakaan untuk mengumpulkan data. Bahasa MySQL dan PHP digunakan untuk membuat aplikasi database. Temuan studi ini mencakup sistem terpusat untuk memproses data guna mengubah database menjadi informasi yang dibutuhkan konsumen. Peneliti[6] melakukan penelitian kedua. Informasi telah berkembang menjadi kebutuhan mendasar bagi kelangsungan hidup manusia, hal ini terlihat dari infrastruktur yang kuat dan kemampuan teknologi yang terus meningkat. Karena masih memanfaatkannya secara manual, mengunjungi toko, perusahaan ini mengalami kesulitan dalam periklanan dan penjualan. Data dikumpulkan melalui metodologi penelitian, observasi wawancara, dan studi kepustakaan, dengan PHP sebagai bahasa pemrogramannya. Untuk alat pengembangan aplikasi pada database menggunakan bahasan pemograman MySQL, untuk hasil dari penelitian adalah mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian produk di toko mempermudah dalam mempromosikan produk secara online dan memudahkan dalam memasarkan stok produk yang lama belum terjual. Pada penelitian ketiga yang dilakukan oleh[7]. Seiring berjalannya waktu terdapat perubahan dalam berbelanja yang dimana biasanya harus pergi ke tempatnya langsung sekarang menjadi tidak usah langsung ke tempat belanja karena dengan adanya teknologi yang ada. Jadi dengan semakin banyaknya orang yang akan membeli barang secara online, maka situs e-commerce nya harus terlihat enak dan mudah digunakan. Dalam penelitian ini dilakukan untuk merancang design e-commerce berbasis website agar menjadi lebih menarik. Pembuatan penelitian ini menggunakan cara pengumpulan data. Untuk hasil dari penelitian menunjukkan rancangan sebuah website e-commerce ini dapat mempermudah masyarakat dalam hal pembelian barang yang diinginkannya dengan cara membeli lewat online tanpa harus pergi ke lokasi tersebut membelinya. Pada penellitian keempat dilakukan oleh[8]. Hingga saat ini, banyak industri pakaian, terutama yang mengkhususkan diri dalam produksi pakaian batik, masih mengandalkan metode promosi dan penjualan konvensional seperti rekomendasi dari mulut ke mulut atau menggunakan brosur. Akibatnya, cakupan promosi dan penjualan masih terbatas dan belum dapat mencapai sejumlah daerah. Teknik Waterfall adalah proses pengembangan perangkat lunak berurutan yang menunjukkan bagaimana kemajuan dianggap terus mengalir melalui tahap perencanaan, pemodelan, implementasi, dan pengujian. Digunakan untuk membuat aplikasi penjualan batik berbasis web. Dan penelitian keenam dilakukan oleh[9]. Ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang dengan pesat, khususnya di bidang komputer, telah memengaruhi segala aspek kehidupan. Penggunaan teknologi komputer dan komunikasi telah menghasilkan integrasi sistem informasi yang sekarang dapat diakses dengan mudah melalui internet, tanpa batasan waktu dan jarak.

Dengan mempertimbangkan konteks tersebut, Yan Sketch Art memperlihatkan kebutuhan akan e-commerce guna meluaskan jangkauan pemasaran. Rencana pembangunan platform e-commerce untuk meningkatkan jangkauan pemasaran Yan Sketch Art dan memudahkan pemilik dalam pengelolaan administrasi penjualan merupakan rumusan masalah yang harus diatasi. Meningkatkan kemudahan akses informasi katalog produk bagi konsumen, memperluas pasar hingga mencakup konsumen di luar kota, dan mengefektifkan pengelolaan data barang dan transaksi yang terkomputerisasi untuk memudahkan pembuatan laporan merupakan tujuan dari penelitian ini.

2. METODE PENELITIAN

Menggunakan teknologi e-commerce untuk meningkatkan pemasaran, penelitian ini menggunakan metodologi penelitian terapan untuk memecahkan tantangan Yan Sketch Art.



Gambar 1 Metodologi Penelitian

Berdasarkan **Gambar 1**, berikut untuk penjelasan tahap penelitian yang dilakukan :

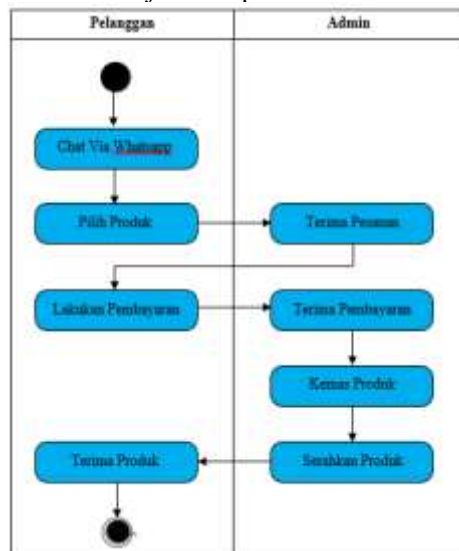
1. Pada tahap ini, peneliti mengidentifikasi permasalahan bisnis yang terjadi di Yan Sketch Art. Dalam penelitian ini, proses identifikasi masalah dimulai dengan terlebih dahulu melihat kondisi aktual yang terjadi di lapangan dan kemudian peneliti merumuskannya untuk dijadikan sebagai objek penelitian. Berikut metode yang digunakan penulis sebagai berikut:
 - a. Wawancara. Peneliti menghimpun informasi yang diperlukan melalui wawancara langsung dengan responden untuk memperoleh pemahaman mengenai permasalahan serta kebutuhan yang diinginkan oleh pengguna.
 - b. Observasi. Peneliti menghimpun data melalui observasi langsung di lokasi penelitian. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memahami dengan rinci bagaimana layanan penjualan beroperasi pada Toko Yan Sketch Art.
 - c. Analisis Dokumen. Peneliti menghimpun data berdasarkan informasi yang terdapat dalam dokumen-dokumen terkait dengan kelangsungan objek penelitian ini. Data tersebut akan diselidiki secara rinci dan mendalam selama proses analisis.
 - d. Studi Literatur. Para peneliti menjelajahi jurnal dan sesi akademik untuk mencari makalah dan artikel yang berkaitan dengan topik penelitian mereka. Setelah itu, penyelidikan ini mengandalkan informasi yang diambil dari literatur.
2. Pada tahap ini, peneliti menggunakan alat seperti *Business Model Canvas* (BMC), UML Activity Diagram untuk memeriksa proses bisnis, *Fishbone Diagram* untuk mengidentifikasi kesulitan, dan UML Use Case Diagram untuk menyediakan kebutuhan sistem. Sistem yang disarankan menggunakan berbagai alat, seperti:
 - a. *Unified Modelling Language* (UML)

- 1) Diagram aktivitas menguraikan tahapan proses bisnis sistem. Diagram aktivitas akan menjelaskan pendaftaran akun, login, pemesanan, dan pembuatan laporan.
 - 2) Diagram Kasus Pengguna menunjukkan interaksi pengguna-sistem. Mengidentifikasi interaksi pengguna sistem adalah tujuannya.
 - 3) Diagram Kelas menunjukkan struktur database atau model data sebagai hubungan antar kelas atau hal pada sistem yang dibangun.
- b. User Interface. User Interface adalah bagian visual dari sebuah situs web atau aplikasi yang menentukan cara pengguna berinteraksi dengan situs web atau aplikasi tersebut, serta bagaimana informasi ditampilkan di layar. Untuk merancang antarmuka pengguna sistem yang sedang dikembangkan, penulis menggunakan perangkat lunak Balsamiq Mockups.
 - c. *Interaction Flow Modelling Language* (IFML). Digunakan untuk menggambarkan interaksi antara pengguna dan antarmuka dari sistem yang sedang dibuat.
 - d. Diagram Komponen. Menampilkan plugin yang diinstal dan digunakan dalam sistem pengembangan.
3. Peneliti merancang sistem E-Commerce, meliputi user interface, database, dan model interaksi layar, menggunakan UML Class Diagram dan IFML. Setelah itu, peneliti menerapkan model sistem E-Commerce yang telah dirancang dengan menggunakan *Content Management System* (CMS) WordPress.
 4. Pada tahap ini, Peneliti menerapkan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) untuk meningkatkan visibilitas kata kunci terkait dengan penjualan produk fashion di mesin pencari Google.
 5. Pada tahap ini, peneliti menerapkan strategi pemasaran 4P guna menunjang pemasaran dan promosi.
 6. Langkah akhir dalam penelitian ini melibatkan pengujian sistem serta mengevaluasi dan menyimpulkan hasil analisis, perancangan, dan implementasi sistem E-Commerce.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Proses Sistem Berjalan

Analisis sistem berjalan Yan Sketch Art dijelaskan pada **Gambar 2** :



Gambar 2 Aktifitas

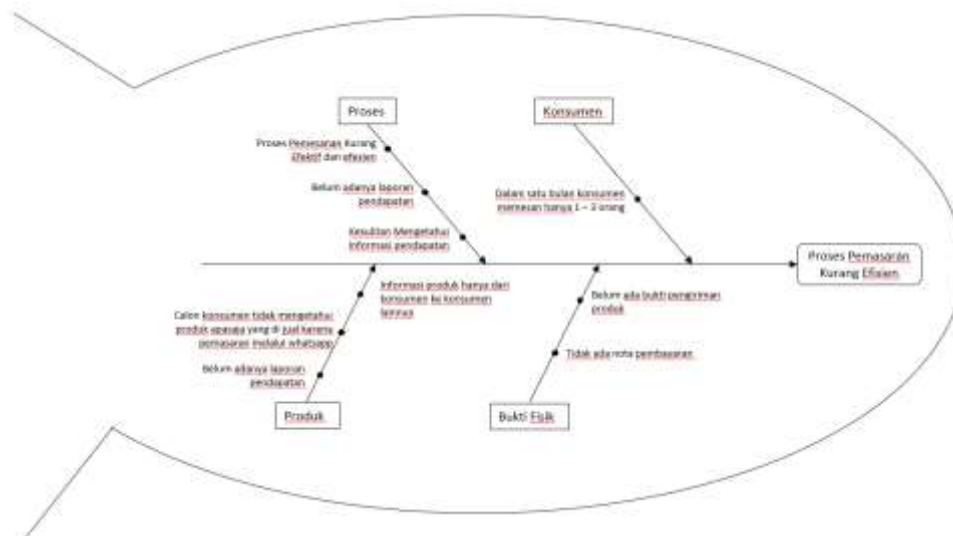
Diagram Sistem Berjalan

Pada **Gambar 2** proses sistem yang berjalan pada Yan Sketch Art dimulai dari Konsumen chat via Whatsapp, kemudian pemilik mengirimkan produk untuk konsumen memilih produk yang akan dibeli, konsumen memberikan pertanyaan seputar produk yang ingin di beli dan pemilik memberikan deskripsi produk yang di tanyakan oleh konsumen, Jika konsumen berminat untuk membeli, silakan lakukan pemesanan produk tersebut

via Whatsapp, selanjutnya lakukan pembayaran. Kemudian pemilik melakukan pengemasan produk dan menyerahkan kepada konsumen.

3.2 Analisis Masalah Diagram Fishbone

Di dalam **Gambar 3** terdapat beberapa kategori, yakni proses, konsumen, produk, dan bukti fisik. Setiap kategori tersebut menjelaskan hubungan sebab akibat dari suatu permasalahan yang dihadapi oleh Yan Sketch Art. Berdasarkan analisis masalah yang di buat dalam *Diagram Fishbone*, pada kategori produk memiliki sebab yaitu belum adanya laporan pendapatan, konsumen belum mengetahui produk yang akan di pasarkan dan kurangnya informasi tentang produk. Pada kategori bukti fisik memiliki sebab yaitu tidak adanya nota pembayaran dan belum adanya bukti pengiriman produk. Pada kategori proses memiliki sebab yaitu proses pemesanan kurang efektif dan efisien, Pada kategori konsumen memiliki sebab yaitu dalam satu bulan konsumen memesan hanya 1 sampai 3 orang.



Gambar 3 Diagram Fishbone

3.3 Business Model Canvas (BMC)

Model bisnis dijelaskan sebagai sebuah alat yang membantu dalam perencanaan strategis bagi pemilik perusahaan untuk mengembangkan bisnis mereka dengan tepat. *Business Model Canvas (BMC)*, dimana terdiri dari 9 blok bangunan, adalah cara untuk menggambarkan model bisnis secara rinci [10]. Sebagaimana dijelaskan dalam **Gambar 4**.

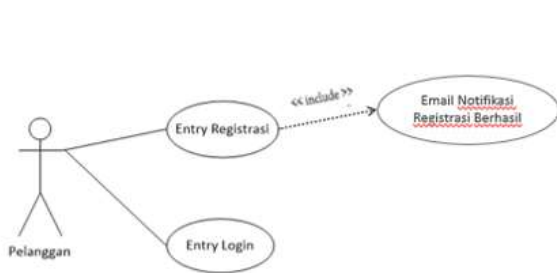


Gambar 4 Business Model Canvas (BMC)

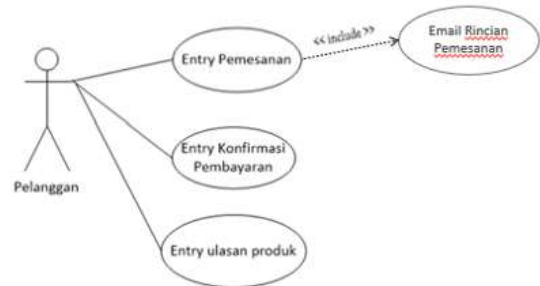
Pada Gambar 4 terdapat alur kerja dari sistem bisnis E-Commerce yang dibuat, yakni:

- Value Propositions*, Yan Sketch Art merupakan toko yang menjual barang fashion dengan jaminan produk asli, pembayaran yang fleksibel dan pengiriman yang tepat waktu.
- Customer Segments*, Sasaran konsumen yang dituju oleh Yan Sketch Art adalah karyawan kantor, mahasiswa dan pelajar SMA.
- Customer Relationships*, Yan Sketch Art menjalin hubungan dengan pembelinya yang memberikan informasi melalui websaitnya dengan memberikan diskon pada event tertentu, dapat memberikan ulasan atau review produk untuk memberikan informasi ke konsumen lain mengenai produk yang sudah di beli dan memberikan kupon diskon ketika konsumen sering membeli produk guna untuk menarik konsumen untuk membeli kembali.
- Channels*, Yan Sketch Art mempromosikan produk di Instagram, status WhatsApp, dan website WordPress yang dapat diakses banyak orang..
- Cost Structure*, Biaya yang harus dikeluarkan oleh Yan Sketch Art yaitu biaya pembelian produk dari supplier, biaya bahan bakar kendaraan bermotor, biaya Listrik, biaya paket internet dan biaya perlengkapan dan peralatan.
- Revenue Stream*, Pendapatan Yan Sketch Art didapatkan dari hasil penjualan produk.
- Key Activity*, Pada saat ini aktifitas yang sedang dilakukan Yan Sketch art berfokus pada bisnis melakukan dengan memasarkan produk.
- Key Partnership*, Yan Sketch Art dapat bermitra dengan beberapa entitas seperti jasa ekspedisi, perbankan dan supplier.
- Key Resources*, Sumber daya yang diperlukan oleh toko untuk mendukung kegiatan penjualan termasuk listrik, akses internet, komputer laptop, ponsel pintar, serta perlengkapan dan peralatan lainnya.

3.4 Use Case Diagram.



Gambar 5 Use Case Diagram Registrasi dan login

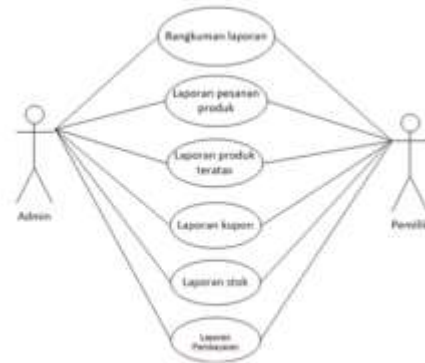


Gambar 6 Use Case Diagram Konsumen

Pada **Gambar 5** Diagram registrasi dan login memiliki dua Kasus Penggunaan: Entri Registrasi dan Entri Login. Semua registrasi dan login Use Case dilakukan secara online. Pada **Gambar 6** Terdapat 3 Use Case pada diagram transaksi konsumen yaitu : Entri pesanan, entri konfirmasi pembayaran, entri review produk. Semua aktivitas diagram Use Case konsumen terjadi di situs web.



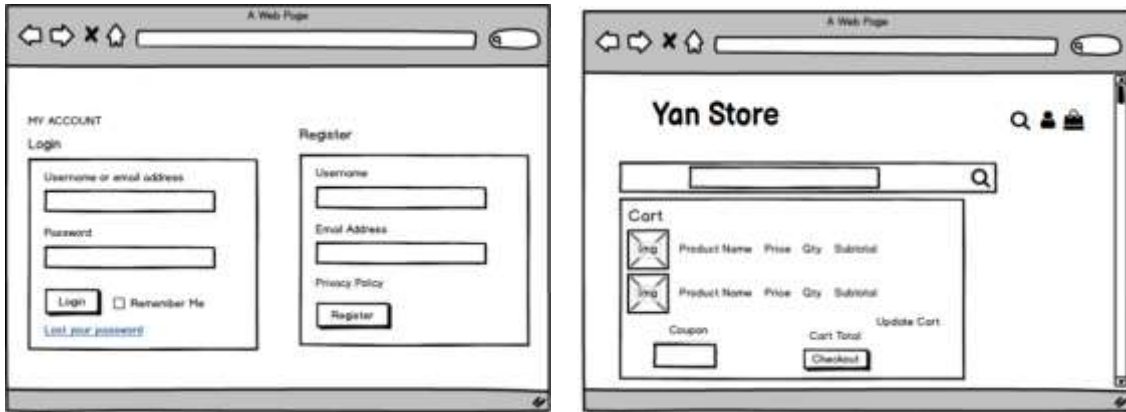
Gambar 7 Use Case Diagram Admin



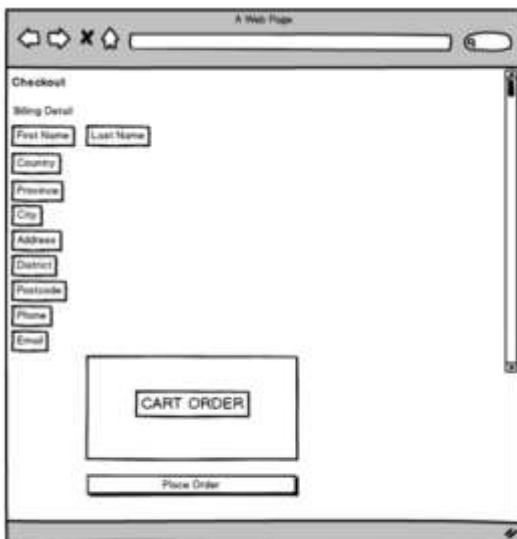
Gambar 8 Use Case Diagram Laporan

Pada **Gambar 7** Diagram admin memiliki lima Kasus Penggunaan: verifikasi pembayaran, entri resi pengiriman, administrasi produk, manajemen kategori produk, dan manajemen kupon. Semua admin diagram Use Case dilakukan secara online. Pada **Gambar 8** Diagram laporan memiliki 6 Kasus Penggunaan: ringkasan, pesanan produk, produk unggulan, kupon, stok, dan pembayaran. Setiap aktivitas diagram Use Case dalam laporan ini harus diberikan kepada pemilik toko.

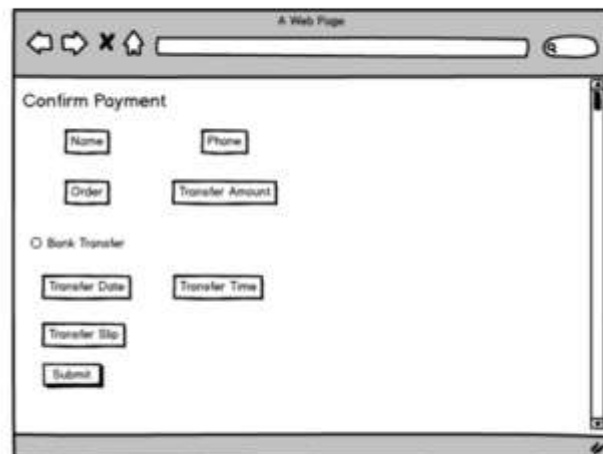
3.5 Rancangan Layar.



Pada **Gambar 9** adalah tampilan layar pada saat registrasi dan login akun, dimana ketika ingin melakukan register akun konsumen diharuskan untuk mengisi username dan email address setelah itu klik tombol register untuk membuat akun baru dan untuk loginnya diharuskan mengisi username atau email address dan password setelah itu mengklik tombol login yang berfungsi untuk masuk akun. Pada **Gambar 10** setelah menambahkan produk ke keranjang, layar menampilkan gambar produk, nama, harga, jumlah, dan subtotal. Area teks memungkinkan Anda memasukkan kode kupon, klik perbarui keranjang untuk memperbarui harga produk, lalu klik checkout untuk masuk ke menu checkout produk.



Gambar 11 Rancangan Layar Checkout

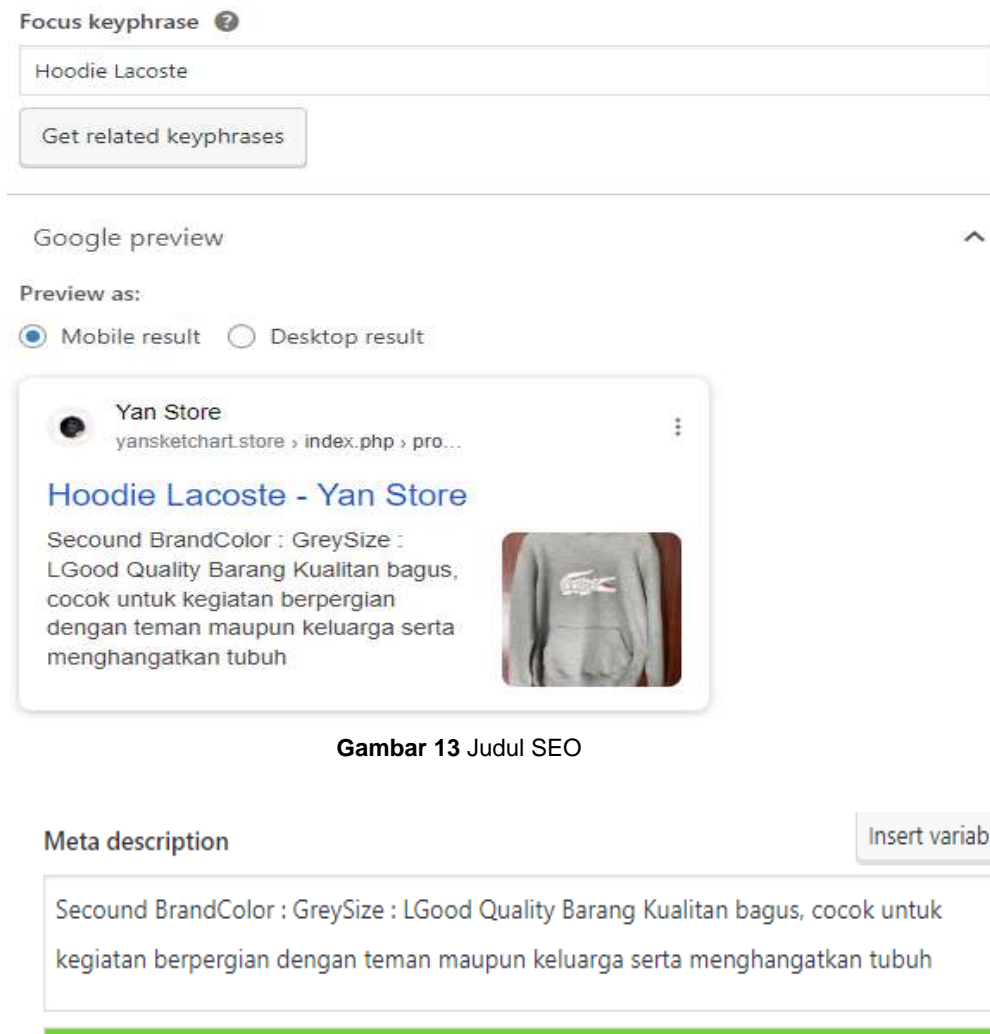


Gambar 12 Rancangan Layar Konfirmasi Pembayaran

Pada **Gambar 11** adalah tampilan layar ketika ingin memesan produk, dimana konsumen diharuskan untuk mengisi text seperti nama depan, nama belakang, negara, provinsi, kota, alamat, wilayah, kode pos, telephone, email dan catatan pesanan. Serta terdapat cart order atau keranjang pemesanan yang berisi tentang produk yang akan di pesan dan data jasa pengiriman. Setelah itu terdapat tombol order yang berfungsi untuk memesan produk yang akan di beli. Pada **Gambar 12** Berikut adalah tampilan layar ketika ingin melakukan pembayaran produk yang akan di beli, Dimana terdapat text field yang dapat di isi oleh konsumen seperti nama, phone dan transfer amount. Setelah itu untuk filed order otomatis menjadi kode order, memilih bank transfer serta konsumen dapat mengubah transfer date dan Transfer Time yang berfungsi untuk menyesuaikan data transfer, setelah itu terdapat transfer slip yang berfungsi untuk mengupload bukti transfer dan terdapat tombol submit untuk menyimpan data pada konfirmasi pembayaran.

3.6 Strategi Search Engine Optimization (SEO).

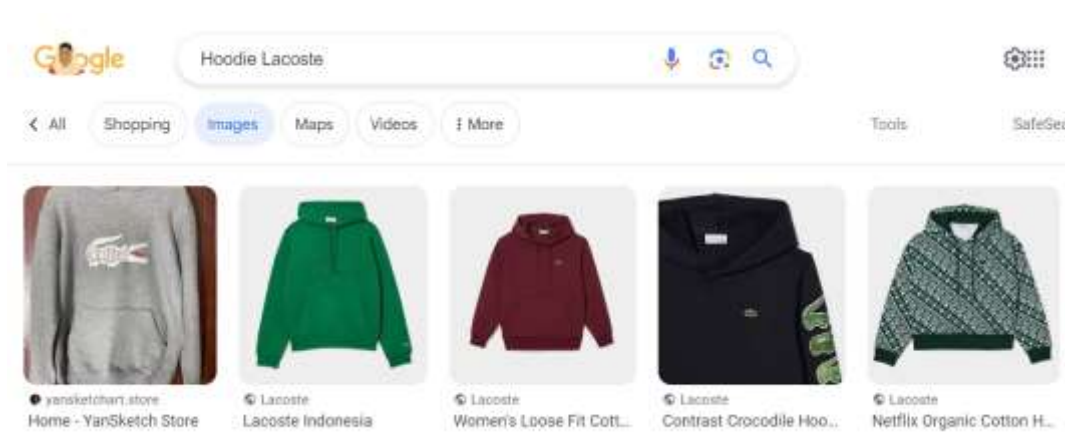
Strategi SEO merupakan metode penting bagi sebuah situs web agar dapat diindeks oleh mesin pencari seperti Google berdasarkan kata kunci yang dicari. Dengan menerapkan strategi SEO, situs web dapat menjadi lebih dikenal oleh masyarakat yang menggunakan internet. Untuk mempercepat proses pengindeksan mesin pencari Google, perlu membuat peta situs Yan Sketch Art di Google Search Console.



Gambar 13 Judul SEO

Gambar 14 Deskripsi Meta

Pada **Gambar 13** membuat judul keyphrase akan memudahkan pengunjung dalam menunjukkan produk apa yang mereka ketikkan. Pada **Gambar 14** membuat deskripsi meta yang berguna untuk deskripsi produk pada saat tampil di website google



Pada **Gambar 15** Hasil Implementasi *Search Engine Optimization* (SEO) menggunakan Yoast SEO dan Google search console pada Yan Sketch Art dapat menampilkan situs Toko pada halaman pertama google.

3.7 Strategi Marketing 4P

Strategi pemasaran 4P, yaitu sebagai berikut :

- 1) Product, menawarkan beragam warna produk fashion yang mampu bersaing dipasaran dengan kualitas yang teruji. Contohnya : Penjualan Sepatu, Sweater, Hoodie dengan warna yang beragam.
- 2) Price, menawarkan produk dengan harga yang bervariasi hingga diskon tergantung pada tingkat pembelian dari konsumen. Contohnya konsumen melakukan pembelian sebanyak lima kali, maka mendapatkan potongan harga sebesar 20% menyesuaikan dengan harga yang di beli.
- 3) Promotion, Menjangkau konsumen melalui saluran komunikasi dan mempromosikan penjualan dengan menawarkan diskon untuk produk tertentu. Contohnya sama seperti yang dijelaskan pada point dua, konsumen akan mendapatkan diskon atas pembelian dalam waktu tertentu dan barang tertentu. Kemudahan akses tersebut dapat di nikmati melalui platform *E-Commerce* yang disediakan oleh penjual.
- 4) Place, menyediakan tempat yang strategis agar memudahkan konsumen dalam memilih produk yang diinginkan, yakni melalui Yans Store atau platform bisnis *E-Commerce* yang disediakan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan menunjukan Yan Sketch Art membutuhkan platform penjualan berbasis *E-Commerce* dengan memanfaatkan metode *On-Page* SEO serta menerapkan strategi *Mix Marketing* 4P melalui berbagai fitur seperti modul *newsletter*, testimoni, kupon, hingga diskon produk, dan memanfaatkan sistem *Google Search Console* maupun email untuk pengenalan merk produk. Hal ini memberikan sebuah rekomendasi dalam penyelesaian pekerjaan secara efisien dan efektif.

Adapun fitur dalam *E-Commerce* yang dapat di nikmati oleh pembeli, diantaranya: adanya potongan harga produk, dapat memberikan ulasan atau review tentang produk, mendapatkan kupon diskon ketika sering membeli produk yang sama, jaminan produk asli/sesuai gambar, pembayaran yang fleksibel dan pengiriman yang tepat waktu.

j. DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Hendriyati dan A. Yusta, "IMPLEMENTASI APLIKASI E-COMMERCE BERBASIS WEB," *JURSIMA*, vol. 9, no. 1, **hlm 2**, 2021.
- [2] A. U. Hamdani dan L. E. Sihotang, "IMPLEMENTASI SISTEM PENJUALAN BERBASIS E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA TOKO XYZ COLLECTION," *IDEALIS Budi Luhur*, vol. 3, no. 2, **hlm 2**, Jul 2020, doi: 10.36080/idealisis.v3i2.2726.

- [3] F. Alfiah, R. Tarmizi, dan A. A. Junidar, “PERANCANGAN SISTEM E-COMMERCE UNTUK PENJUALAN PAKAIAN PADA TOKO A&S,” *icit*, vol. 6, no. 1, **hlm 2**, Feb 2020, doi: 10.33050/icit.v6i1.862.
- [4] S. Syuhendra dan A. U. Hamdani, “PENJUALAN ONLINE BERBASIS E-COMMERCE PADA TOKO ADHIZZSHOP DENGAN MENGGUNAKAN WOOCOMMERCE,” *IDEALIS Budi Luhur*, vol. 3, no. 1, **hlm 2**, Jan 2020, doi: 10.36080/idealis.v3i1.1476.
- [5] S. A. Widiana, S. Sintaro, R. Arundaa, E. Alfonsius, dan D. Lapihu, “Aplikasi Penjualan Baju Berbasis Web (E-Commerce) dengan Formulasi Penyusunan Kode,” *Journal ITSECS*, vol. 1, no. 1, **hlm 2**, Des 2022, doi: 10.58602/itsecs.v1i1.11.
- [6] Z. Nisa dan S. Samsinar, “PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN HELM DENGAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) PADA TOKO NEVAN HELMET BERBASIS E-COMMERCE,” *IDEALIS Budi Luhur*, vol. 3, no. 1, **hlm 2**, Feb 2020, doi: 10.36080/idealis.v3i1.1964.
- [7] M. D. Fimansyah dan Herman, “Perancangan Web E- Commerce Berbasis Website pada Toko Ida Shoes,” *JOINT*, vol. 4, no. 1, **hlm 2**, Mei 2023, doi: 10.37253/joint.v4i1.6330.
- [8] Sunardi dan Sofian, Dedi, “Sistem Informasi Penjualan Batik Berbasis Web,” *IJE*, vol. 2, no. 1, 2021.
- [9] A. Wibowo, A. S. Hidayat, dan E. Rahmawati, “Pembangunan Aplikasi E-Commerce Pemasaran Batik pada Toko Batik Rifqi,” vol. 1, no. 2, **hlm 2**, 2020.
- [10] B. R. Sukamo dan M. Ahsan, “Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas,” *MANOVA*, vol. 4, no. 2, **hlm 5**, Agu 2021, doi: 10.15642/manova.v4i2.456.