

## **PENERAPAN WEB E-COMMERCE DENGAN BUSINESS MODEL CANVAS UNTUK PENJUALAN ONLINE PADA HJ SPORTSWEAR**

Revo Husnia Azuri<sup>1\*</sup>, Lauw Li Hin<sup>2</sup>

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

Email: <sup>1</sup>1712501517@student.budiluhur.ac.id, <sup>2</sup>lauw.lihin@budiluhur.ac.id

(\* : *corresponding author*)

**Abstrak-***E-Commerce* merupakan serangkaian aktivitas transaksi seperti pembelian, pemasaran, dan penjualan yang dilakukan pada sarana media elektronik seperti *internet* atau jaringan komputer. Manfaat menggunakan *e-commerce* yaitu, dapat menghemat waktu dan biaya pada saat proses transaksi seperti menjual dan membeli produk. Toko HJ *Sportswear* merupakan suatu bidang usaha yang menjual pakaian olahraga seperti *jersey* bola, *jersey* voli, kaos *gym* dan celana olahraga, ada juga layanan jasa yang dijual yaitu sablon *cutting*. Saat ini tempat usaha belum memanfaatkan *internet* dengan maksimal dalam mendukung kegiatan bisnis. Masalah yang ada pada tempat usaha saat ini adalah omset penjualan yang mulai menurun, gejala penjualan yang mulai menurun ini merupakan efek dari sebab-sebab seperti terbatasnya jangkauan pasar, terjadinya kegagalan dalam bertransaksi karena keterbatasan jenis pembayaran dan produk yang tidak diminati meski kualitasnya bagus. Maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu mengupayakan kembali dalam meningkatkan penjualan pada tempat penelitian dengan cara memberikan ide dan solusi untuk menyelesaikan permasalahannya. Dalam menerapkan ide dan solusi untuk menyelesaikan permasalahan pada penelitian ini, penulis menerapkan metode *Business Model Canvas* (BMC) untuk mengembangkan ide-ide bisnis yang baru, kemudian merancang sistem yang nantinya akan berjalan, dan diimplementasikan dengan menggunakan *website* berbasis *Content Management System* (CMS). Penelitian ini menghasilkan *website e-commerce* yang juga dilakukan optimasi dengan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) sehingga *website* bisa berada di halaman mesin pencarian *google*, kemudian fitur-fitur menarik seperti variasi produk, *payment gateway* dan lain-lain, menjadi daya tarik akan kemudahan berbelanja di *website* ini. Sehingga bisa disimpulkan bahwa keberadaan *website* bisa menjadi solusi dalam upaya mengatasi permasalahan yang sedang terjadi di tempat penelitian saat ini.

**Kata Kunci:** *E-Commerce, Content Management System, Business Model Canvas*

## **IMPLEMENTATION OF E-COMMERCE WEB WITH BUSINESS MODEL CANVAS FOR ONLINE SALES AT HJ SPORTSWEAR**

**Abstract-***E-Commerce* is a series of transaction activities such as buying, marketing, and selling carried out on electronic media facilities such as the internet or computer networks. The benefits of using *e-commerce* are that it can save time and costs during the transaction process such as selling and buying products. Toko HJ *Sportswear* is a business field that sells sportswear such as soccer jerseys, volleyball jerseys, gym shirts and sports pants, there are also services sold, namely screen printing cutting. Currently, the business place has not utilized the internet optimally in supporting business activities. The problem that exists in the current place of business is that sales turnover has begun to decline, the symptoms of sales that have begun to decline are the effects of causes such as limited market reach, failure in transactions due to limited types of payments and products that are not in demand even though the quality is good. So the purpose of this research is to help strive back in increasing sales at the research site by providing ideas and solutions to solve the problem. In applying solution ideas to solve the problems in this research, the author applies the *Business Model Canvas* (BMC) method to develop new business ideas, then designs a system that will run, and is implemented using a *Content Management System* (CMS) based website. This research produces an *e-commerce website* that will also be optimized with *Search Engine Optimization* (SEO) techniques so that the website can be on the Google search engine page., then interesting features such as product variations, payment gateways and others, become an attraction for the ease of shopping on this website. So it can be concluded that the existence of a website can be a solution in an effort to overcome the problems that are currently occurring at the research site.

**Keywords:** *E-Commerce, Content Management System, Business Model Canvas*

### **1. PENDAHULUAN**

*E-Commerce* merupakan serangkaian aktivitas transaksi seperti pembelian, pemasaran, dan penjualan yang dilakukan pada sarana media elektronik seperti *internet* atau jaringan komputer. Mengutip dari jurnal, manfaat menggunakan *e-commerce* yaitu, dapat menghemat waktu dan biaya pada saat proses transaksi seperti menjual dan membeli produk [1]. Dengan memanfaatkan *internet*, manusia bisa mencari kebutuhan informasi dengan sangat mudah dan cepat, misalnya, dalam mencari kebutuhan hobi, jasa, makanan, pakaian merek, jasa tukang servis, dan lain-lain [1]. Oleh karena itu dengan menerapkan *e-commerce* para pelaku usaha di Indonesia saat ini,

bisa memanfaatkan media elektronik atau *internet* sebagai salah satu peluang untuk meningkatkan penjualan dan memperluas promosi [1].

Dalam penelitian ini, toko HJ *Sportswear* merupakan suatu bidang usaha yang menjual berbagai macam pakaian olahraga seperti *jersey* bola, *jersey* voli, kaos *gym* & celana olahraga, HJ *Sportswear* melakukan kegiatan berdagang menggunakan cara konvensional, HJ *Sportswear* saat ini memiliki masalah penurunan pada omset penjualan, gejala penjualan yang mulai menurun ini merupakan efek dari sebab-sebab seperti terbatasnya jangkauan pasar, karena promosi yang dilakukan ruang lingkupnya hanya bisa dilihat oleh pembeli yang datang saja ke tempat usaha, seperti iklan yang dipajang hanya via *banner*, kemudian terjadinya kegagalan dalam bertransaksi, karena jenis pembayaran yang disediakan terbatas dan produk yang tidak diminati meski kualitasnya bagus sehingga menyebabkan stok produk menumpuk. Dengan berbagai macam sebab permasalahan yang terjadi di tempat usaha ini, maka dibutuhkan sebuah *website e-commerce* dengan fitur-fitur yang bertujuan untuk dapat membantu penjual dalam melakukan proses transaksi, media promosi dan menampilkan laporan.

Adapun studi literatur yang dilakukan untuk mengetahui lebih dalam mengenai tentang penelitian sebelumnya, studi literatur yang dilakukan mengambil topik yang sama yaitu *e-commerce*, hal ini juga bertujuan untuk membandingkan penelitian yang sedang dilakukan dengan penelitian sebelumnya. Pada penelitian sebelumnya yang pertama tempat penelitian merupakan toko jahit dan aksesoris jahit, sebab permasalahannya yaitu minimnya informasi tentang produk dan keterbatasan fitur yang ada pada toko karena penjualan yang dilakukan hanya melalui *social media*, kemudian untuk merencanakan ide bisnisnya peneliti menggunakan BMC dan hasilnya, peneliti membuat *website e-commerce* yang menyediakan fitur ulasan dan deskripsi [2]. Pada penelitian sebelumnya yang kedua tempat penelitian merupakan toko *baquet* hiasan bunga, sebab permasalahannya yaitu tidak adanya perkembangan pada penjualan dan pemasaran produk yang kurang luas karena penjualan yang dilakukan hanya menggunakan *social media*, kemudian untuk merencanakan ide bisnisnya peneliti menggunakan BMC dan hasilnya, peneliti membuat *website e-commerce*, kode kupon promo dan dioptimasi dengan *Search Engine Optimization* (SEO) [3].

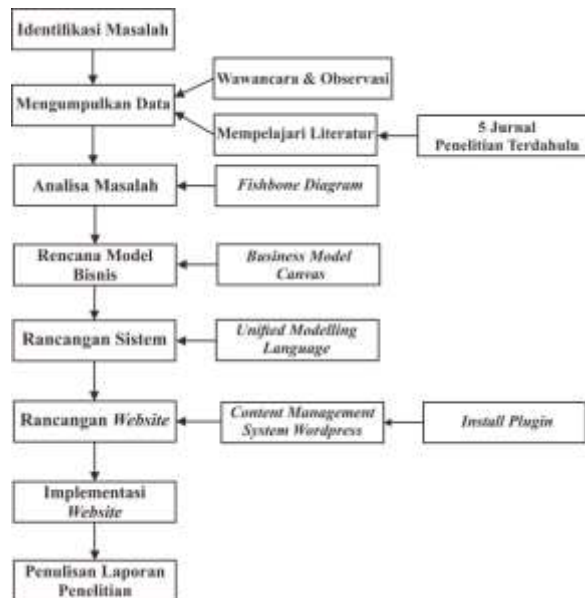
Pada penelitian sebelumnya yang ketiga tempat penelitian merupakan tempat toko aksesoris olahraga, sebab permasalahannya yaitu kurangnya media promosi dan penjualan yang tidak meningkat karena penjualan yang dilakukan masih menggunakan cara konvensional, kemudian untuk merencanakan ide bisnisnya peneliti menggunakan BMC dan hasilnya, peneliti membuat *social media*, *website e-commerce* dengan memberikan deskripsi lengkap di setiap produk dan dioptimasi dengan *Search Engine Optimization* (SEO) [4]. Pada penelitian sebelumnya yang keempat tempat penelitian merupakan tempat toko jam tangan, sebab permasalahannya yaitu kurang maksimalnya media pemasaran pada toko karena hanya mengandalkan *whatsapp* kemudian terjadi kekeliruan dalam memproses pesanan karena hilangnya pencatatan data yang ditulis di kertas, kemudian untuk merencanakan ide bisnisnya peneliti menggunakan BMC dan hasilnya, peneliti membuat *website e-commerce*, dioptimasi dengan *Search Engine Optimization* (SEO) dan pencatatan laporan yang disimpan didalam *database* [5]. Pada penelitian sebelumnya yang kelima tempat penelitian merupakan tempat toko yang menjual topi, tas dan jaket, sebab permasalahannya yaitu kurangnya pemasaran pada produk dan kesalahan penanganan pada pesanan karena pemasaran dan media penyimpanan yang dilakukan masih dilakukan secara konvensional, kemudian untuk hasil penyelesaian masalahnya, peneliti membuat *website e-commerce* serta memberikan beberapa promo berbentuk kode kupon dan dioptimasi dengan *Search Engine Optimization* (SEO) [6].

Dari hasil penelitian sebelumnya dan penelitian ini yang membedakan ialah, penelitian ini tidak hanya menghasilkan *e-commerce* yang teroptimasi dengan SEO namun juga fitur tambahan yang diberikan seperti jenis pembayaran otomatis *gateway* pilihan variasi produk, promo berbentuk kode kupon dan data laporan yang tersimpan di *database*. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi bahwa sistem yang dibangun yaitu *website e-commerce* dengan fitur-fiturnya dapat membantu tempat usaha dalam upaya meningkatkan kembali penjualan dengan memberikan ide dan solusi dalam menyelesaikan sebab-sebab permasalahan yang terjadi di tempat penelitian.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan pada penelitian ini digambarkan pada gambar 1, langkah-langkah penelitian disusun dari atas hingga ke bawah seperti diagram alir. Pada langkah penelitian yang pertama, peneliti melakukan identifikasi masalah, yang bertujuan untuk memahami suatu masalah dan menjadikan tolak ukur permasalahan yang terjadi pada tempat penelitian. Pada langkah penelitian yang kedua yaitu melakukan pengumpulan data, pengumpulan data bertujuan untuk memperoleh data-data pendukung dalam kegiatan penelitian, teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan melakukan observasi, wawancara dan mempelajari literatur. Langkah penelitian yang ketiga melakukan analisa masalah, analisa masalah dilakukan untuk mengetahui sejauh mana masalah yang ada pada tempat penelitian, analisa masalah dilakukan dengan menggunakan metode *fishbone diagram*, *fishbone diagram* sendiri merupakan visualisasi yang memperlihatkan

sebab (*cause*) dan akibat (*effect*) dari suatu permasalahan. Langkah keempat adalah merencanakan model bisnis, dalam merencanakan model bisnis, penelitian ini menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC), mengutip dari publikasi *Business Model Canvas* (BMC) merupakan penggambaran dari konsep bisnis secara sederhana, biasanya dilakukan dengan cara menyusun dan mengidentifikasi ide-ide bisnis atau usaha [7]. Langkah penelitian yang kelima yaitu menganalisa rancangan sistem, penelitian ini melakukan perancangan sistem menggunakan *Unified Modeling Language* (UML) seperti *activity diagram* dan *use case diagram*, mengutip dari publikasi *Unified Modeling Language* (UML) merupakan bentuk elemen yang memvisualisasikan hubungan relasi antar objek yang saling berinteraksi di dalam suatu sistem dalam bentuk diagram [8]. Langkah penelitian yang keenam yaitu merancang *website*, merancang *website* merupakan kegiatan dalam mendesain *website*, *website* didesain menggunakan *Content Management System* (CMS), mengutip dari publikasi *Content Management System* (CMS) merupakan sistem, *software* atau aplikasi yang mengelola sebuah konten di dalam *website* tanpa harus melakukan aktivitas pemrograman *web* [9]. Langkah penelitian yang ketujuh yaitu mengimplementasikan *website*, implementasi merupakan penerapan terhadap suatu aplikasi dan bisa digunakan oleh penggunanya [10]. Pada tahap implementasi, *website* juga diterapkan strategi *Search Engine Optimization* (SEO), mengutip dari buku, *Search Engine Optimization* (SEO) merupakan cara untuk mengoptimalkan konten *website*, agar *website* bisa terindeks pada mesin pencari dengan peringkat yang baik [11]. Pada langkah penelitian yang terakhir yaitu melakukan penulisan laporan penelitian, laporan penelitian merupakan dokumen yang dibuat dan disusun dari hasil suatu penelitian secara sistematis dengan metode penulisan yang jelas.



Gambar 1. Langkah-langkah Penelitian

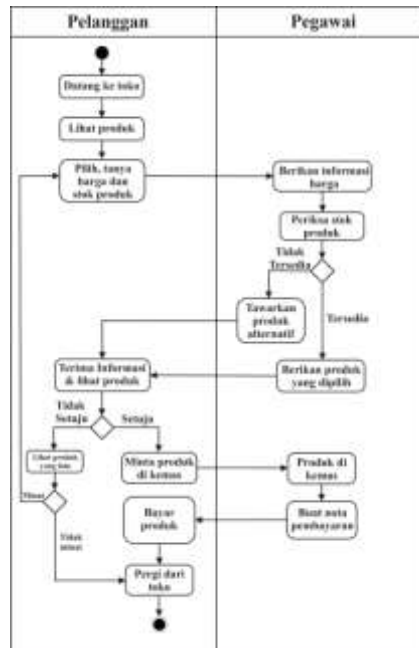
### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Analisis Proses Sistem Berjalan

Toko HJ *Sportswear* memiliki dua proses pada sistem berjalan yang ada pada gambar 2 dan 3, dua proses sistem berjalan ini digambarkan dalam bentuk *Activity Diagram* secara urut. Berikut adalah alur dari masing-masing proses sistem berjalan yang ada toko HJ *Sportswear* saat ini:

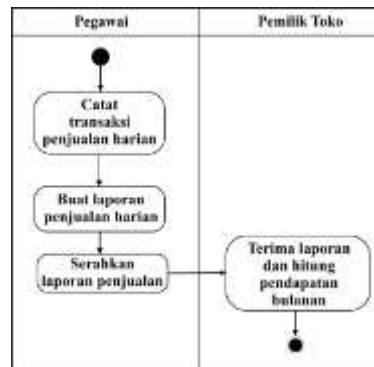
##### a. Proses Sistem Berjalan Penjualan

Pada gambar 2, proses sistem berjalan penjualan digambarkan dalam bentuk *activity diagram*, proses dimulai dari Pelanggan datang ke toko, Pelanggan melihat produk, Pelanggan memilih produk, menanyakan harga dan stok produk, Pegawai memberikan informasi harga, Pegawai memeriksa stok produk, jika stok produk tersedia pegawai memberikan produk yang dipilih, Pelanggan menerima informasi dan melihat produk, jika Pelanggan tidak setuju, Pelanggan bisa melihat-lihat produk yang lain, jika Pelanggan setuju, Pelanggan bisa meminta produk untuk dikemas, Pegawai melakukan pengemasan produk, Pegawai membuat nota pembayaran, Pelanggan membayar produk, Pelanggan pergi dari toko, selesai.



Gambar 2. Proses Sistem Berjalan Penjualan

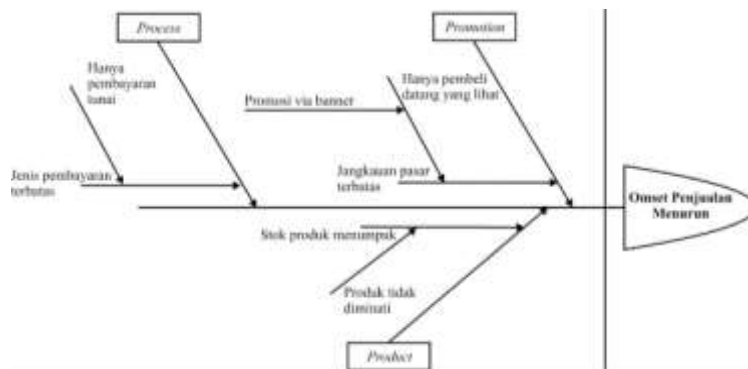
b. Proses Sistem Berjalan Laporan



Gambar 3. Proses Sistem Berjalan Laporan

Pada gambar 3, proses sistem berjalan laporan digambarkan dalam bentuk *activity diagram*, proses dimulai dari Pegawai mencatat setiap kegiatan transaksi penjualan harian, Pegawai menghitung setiap pendapatan penjualan harian, Pegawai menyerahkan catatan penjualan harian, Pemilik toko menerima dan menghitung pendapatan bulanan, selesai.

3.2 Analisis Masalah



Gambar 4. Fishbone Diagram

Pada gambar 4, Analisa masalah yang digunakan untuk menganalisis permasalahan yang ada pada toko HJ *Sportswear* yaitu dengan menggunakan *Fishbone Diagram*, sebab dan akibat dikelompokkan dalam kategori “P”, kategori “P” yang dikelompokkan ada 3, yaitu *promotion*, *product* dan *process*.

### 3.3 Business Model Canvas (BMC)

Pada gambar 5, terdapat *Business Model Canvas* (BMC) yang menggambarkan konsep bisnis secara sederhana dari pengembangan ide bisnis di HJ *Sportswear*, konsep bisnis ini nantinya akan diterapkan pada toko HJ *Sportswear*.

<p><b>Key Partner</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Mitra ekspansi pemasaran</li> <li>Mitra pembayaran gateway</li> <li>Suplier kaos olahraga</li> <li>Suplier bahan sablon</li> </ol>	<p><b>Key Activities</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Mengaji produk secara offline dan online</li> <li>Mencari bahan sablon</li> <li>Mencari kegiatan busukal (offline)</li> <li>Iklan Digital marketing</li> <li>Pengoperasian Web e-commerce</li> <li>Pengoperasian mesin print dan cetak sablon di tempat usaha</li> </ol> <p><b>Key Resource</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Pegawai</li> <li>Domain &amp; Hosting</li> <li>Internet</li> <li>Bahan Sablon</li> <li>Halaman e-commerce</li> <li>Tempat usaha</li> <li>Mesin print &amp; cetak</li> </ol>	<p><b>Value Propositions</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Menyediakan produk pakaian olahraga (jersey klub bola, jersey bola polo tanpa klub, jersey voli, kaos gym, celana) dengan harga diskon lengkap dengan deskripsi produk</li> <li>Menyediakan produk jersey klub bola dengan variasi ukuran</li> <li>Menyediakan produk jersey klub bola dengan variasi sablon nama dan nomor punggung</li> <li>Menyediakan pembayaran gateway untuk memudahkan pelanggan dalam membayar</li> </ol>	<p><b>Customer Relationship</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Memberikan kupon diskon 10 sampai 15% kepada pelanggan melalui via email</li> <li>Social Chatting (Whatsapp)</li> <li>Peringat ulasan kepada pelanggan yang telah selesai melakukan pembelian</li> </ol> <p><b>Channel</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Toko offline</li> <li>Website e-commerce</li> <li>Sosial media</li> </ol>	<p><b>Customer Segment</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Pelanggan yang mencari pakaian olahraga (jersey klub bola, jersey voli, jersey bola polo tanpa klub, kaos gym, celana) dengan harga diskon</li> <li>Pelanggan merupakan penggemar klub sepak bola dari usia remaja hingga dewasa 17 sampai 55 tahun</li> <li>Pelanggan yang menyukai variasi sablon nama dan nomor punggung di jersey klub bola</li> <li>Pelanggan yang menyukai belanja secara online baik dari desktop maupun mobile</li> </ol>
<p><b>Cost Structure</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Biaya Sewa tempat usaha</li> <li>Biaya Pembuatan web e-commerce</li> <li>Biaya Internet</li> <li>Biaya Listrik</li> <li>Gaji karyawan</li> <li>Biaya peralatan pendukung (plastik kemasan, nota)</li> <li>Biaya Digital marketing</li> </ol>		<p><b>Revenue Stream</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Pendapatan dari penjualan produk secara online</li> <li>Pendapatan dari penjualan produk secara offline</li> </ol>		

Gambar 5. Business Model Canvas

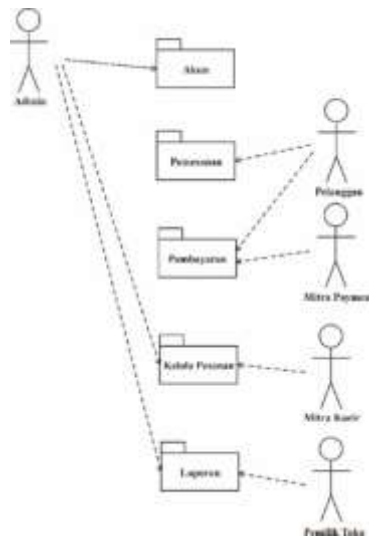
Berikut penjelasan dari masing-masing komponen blok dari *Business Model Canvas* (BMC) pada gambar 5, pertama yaitu menentukan *customer segment*, *customer segment* merupakan target pasar yang ditargetkan dari toko HJ *Sportswear* yaitu pelanggan yang mencari pakaian olahraga, pelanggan yang gemar belanja *online*, penggemar sepak bola dan pelanggan yang menyukai variasi sablon pada *jersey* sepak bola, selanjutnya menentukan *value propositions*, *value propositions* merupakan keunggulan dari bisnis yang akan ditawarkan kepada *customer segments* yaitu *website* yang menjual pakaian olahraga baik itu *jersey*, kaos dan celana dengan deskripsi lengkap dan harga diskon, produk yang dijual menyediakan variasi ukuran serta model sablon dan menyediakan jenis pembayaran *gateway* pada *website e-commerce*, selanjutnya menentukan *channel*, *channel* merupakan media yang digunakan dalam menyampaikan *value propositions* kepada *customer segments* yaitu, *website e-commerce*, *social media* dan toko *offline*, selanjutnya menyusun *customer relationship*, merupakan media untuk berinteraksi dan menjaga hubungan dengan *customer segments* seperti *whatsapp*, kupon diskon, dan peringat ulasan, selanjutnya menyusun *revenue stream*, *revenue stream* merupakan pendapatan yang diperoleh dari bisnis seperti penjualan produk secara *online* dan *offline*. Kemudian menyusun *key partner*, *key partner* merupakan bagian eksternal dari wilayah aktivitas bisnis seperti mitra dan *supplier*, selanjutnya menyusun *key resource* merupakan aset dan sumber daya yang mendukung dalam menjalankan bisnis seperti *domain*, *hosting*, *internet*, *web e-commerce*, tempat usaha dan mesin cetak, selanjutnya menyusun *key activities*, *key activities* merupakan aktivitas utama yang mendukung dalam menjalankan bisnis secara terus-menerus, dan yang terakhir menyusun *cost structure*, merupakan biaya-biaya yang harus dikeluarkan dalam menjalankan bisnis pada toko HJ *Sportswear* seperti biaya sewa tempat usaha, *internet*, listrik, *digital marketing* pembuatan *web e-commerce* dan peralatan pendukung lainnya seperti nota, kemasan dan lain-lain.

### 3.4 Rancangan Sistem

#### a. Use Case Package Diagram

Pada gambar 6, *use package diagram* terdapat 5 *package* yang mengemas setiap *use case diagram* yaitu, *package* akun, *package* pemesanan, *package* pembayaran, *package* kelola pesanan dan *package* laporan.

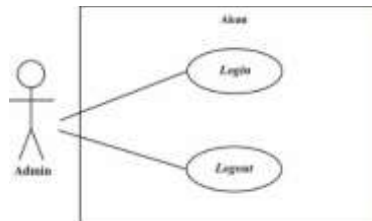




**Gambar 6.** Use Case Package Diagram

b. Use Case Diagram Package Akun

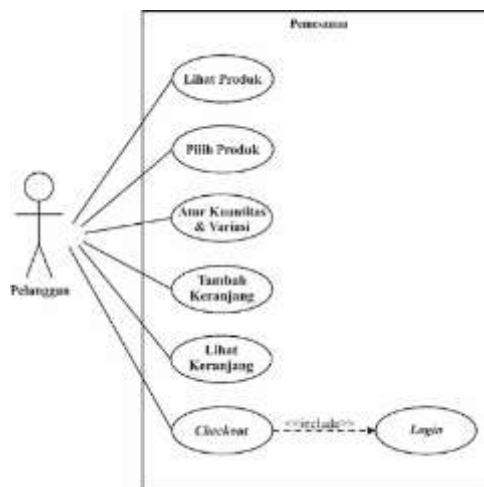
Pada gambar 7, use case diagram terdapat 1 aktor internal dan 2 use case yaitu login dan logout, aktor bisa melakukan login dan logout.



**Gambar 7.** Use Case Diagram Package Akun

c. Use Case Diagram Package Pemesanan

Pada gambar 8, use case diagram terdapat 1 aktor internal, 6 use case dan 1 use case include, aktor bisa melihat produk, memilih produk, mengatur produk, menambahkan produk ke keranjang, dan melihat keranjang, untuk melakukan checkout, aktor harus melakukan login terlebih dahulu.

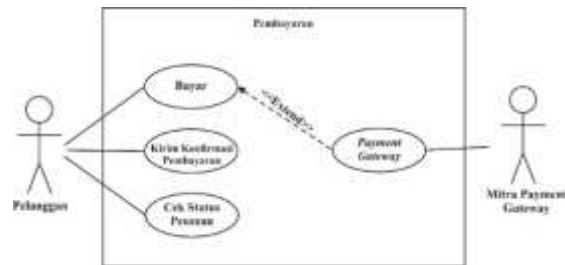


**Gambar 8.** Use Case Diagram Package Pemesanan

d. Use Case Diagram Package Pembayaran

Pada gambar 9, use case terdapat 2 aktor yaitu internal (kiri) dan eksternal (kanan), terdapat juga 4 use case yaitu bayar, kirim konfirmasi pembayaran, cek status pesanan dan extend use case yaitu payment gateway,

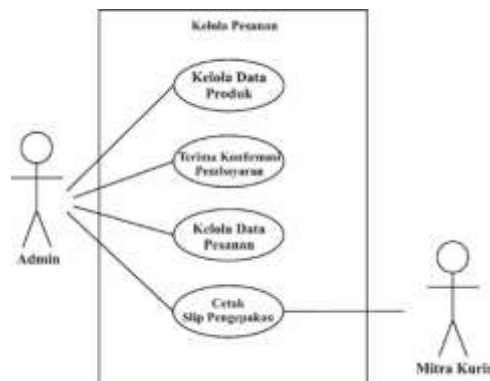
aktor *internal* yaitu pelanggan bisa membayar pesanan, jika pelanggan membayar pesanan secara *payment gateway*, aktor *external* yaitu mitra *payment gateway* yang akan membantu mengelola pembayaran.



**Gambar 9.** Use Case Diagram Package Pembayaran

e. Use Case Diagram Package Kelola Pesanan

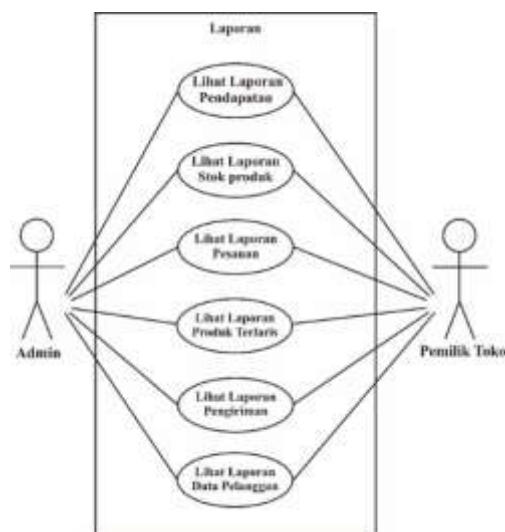
Pada gambar 10, *use case diagram* terdapat 2 aktor *internal* (kiri) dan *eksternal* (kanan), terdapat 4 *use case*, yaitu kelola data produk, terima konfirmasi pembayaran, kelola data pesanan, cetak slip pengemasan.



**Gambar 10.** Use Case Diagram Package Kelola Pesanan

f. Use Case Diagram Package Laporan

Pada gambar 11, *use case diagram* terdapat 2 aktor *internal* dan *eksternal*, terdapat 6 *use case* yaitu, lihat laporan, pendapatan, laporan stok produk, laporan pesanan, laporan produk terlaris, laporan pengiriman dan laporan data pelanggan.

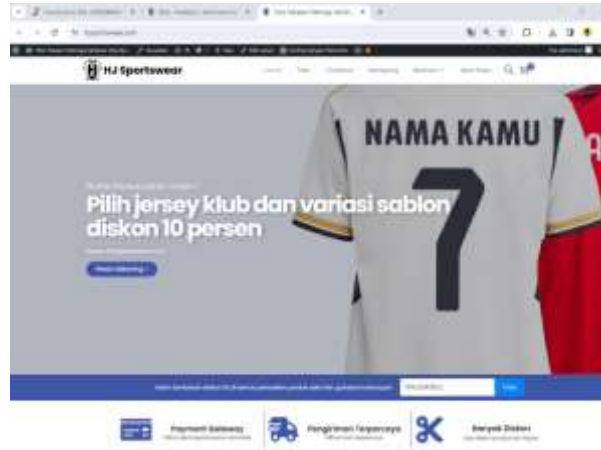


**Gambar 11.** Use Case Diagram Package Laporan

### 3.5 Rancangan Layar

a. Tampilan Halaman Website

1. Pada gambar 12 merupakan tampilan halaman utama dari *website* HJ Sportswear, terdapat *heading text*, *button* dan *background image*.



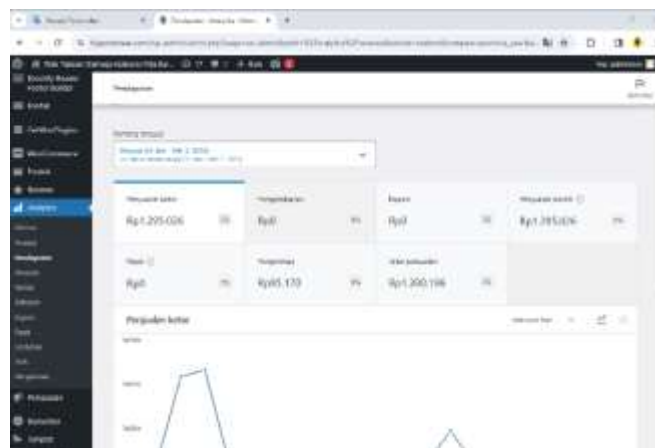
Gambar 12. Tampilan Halaman Utama

2. Pada gambar 13 merupakan tampilan halaman *checkout*, halaman ini menampilkan pilihan jenis pembayaran *gateway*.



Gambar 13. Tampilan Halaman Checkout

3. Pada gambar 14 merupakan halaman laporan penjualan, terdapat keterangan total penjualan pada *website* HJ Sportswear.

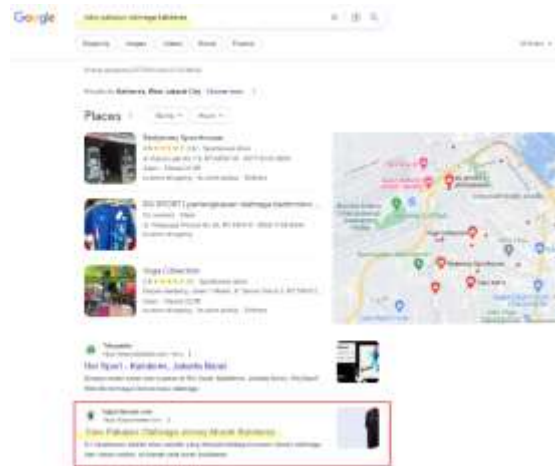


Gambar 14. Halaman Laporan Penjualan



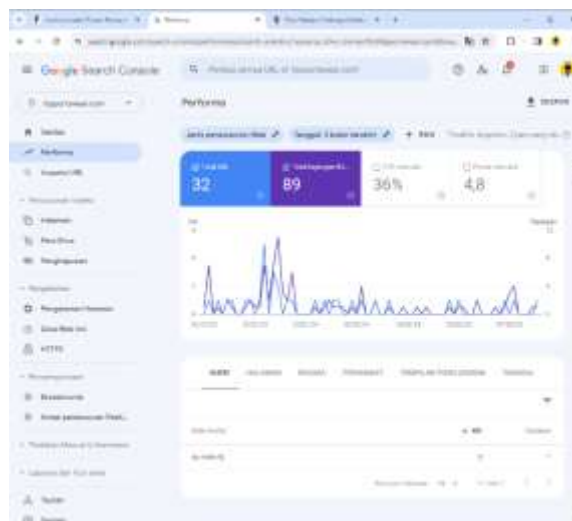
### 3.6 Strategi SEO

Strategi SEO yang diterapkan pada HJ *Sportswear*, diantaranya adalah optimasi kata kunci yaitu dengan menargetkan kata kunci yang menyasar pada bidang usaha dan tempat usaha, pada gambar 15 merupakan hasil dari pengujian strategi SEO.



**Gambar 15.** Hasil Penerapan Strategi SEO

Pada gambar 15 kata kunci yang digunakan adalah “toko pakaian olahraga kalideres” hasilnya *website* berhasil tampil pada halaman pertama pencarian *google* dan menempati peringkat ke-3, pengujian dilakukan pada tanggal 29-02-2024, hasil pencarian diberikan kotak merah pada gambar 15.

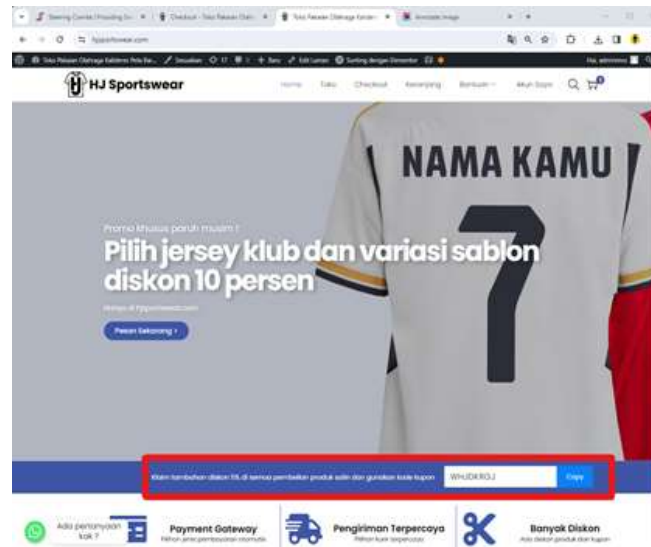


**Gambar 16.** Hasil Kinerja *Google Search Console*

Pada gambar 16 merupakan gambar hasil dari kinerja *website* di *google search console*, *website* berhasil tayang sebanyak 89 kali dan mendapatkan interaksi sebanyak 32 kali dalam 2 bulan.

### 3.7 Strategi Marketing

Pada gambar 17 merupakan strategi *marketing* yang dilakukan pada *website e-commerce* HJ *Sportswear*, yaitu dengan memberikan diskon 10% pada produk tertentu baik dengan variasi sablon maupun tidak, dan memberikan kupon diskon berbentuk kode dalam 1 kali pembelian senilai 5% dalam periode tertentu.



Gambar 17. Strategi Marketing Kode Kupon

## 4. KESIMPULAN

Dengan adanya *website E-Commerce* berbasis *Content Management System (CMS)*, toko *HJ Sportswear* mempunyai media untuk melakukan promosi tambahan yaitu berupa *website* yang menerapkan strategi SEO dan strategi *marketing*, sehingga memberikan dampak dalam upaya meningkatkan jangkauan pasar agar menjadi lebih luas, karena *website* bisa dilihat oleh pengguna *internet*. Selain itu dengan adanya *website e-commerce* yang memiliki fitur pembayaran *gateway* menghadirkan pilihan jenis pembayaran, sehingga pelanggan bisa melakukan pembayaran secara *online* baik itu transfer *bank*, transfer *e-wallet* dan pembayaran via gerai *mini market* tanpa harus melakukan konfirmasi pembayaran, hal ini bisa memberikan kemudahan dalam membayar dan mengatasi keterbatasan dalam jenis pembayaran. Kemudian *website e-commerce* juga dilengkapi dengan laporan seperti laporan penjualan, yang tersimpan di dalam *database*, sehingga dapat meminimalisir kehilangan data dan dapat digunakan untuk melakukan perencanaan pada produk yang paling banyak diminati sehingga tidak melakukan pengadaan barang kembali kepada stok produk yang masih menumpuk.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggabungkan metode-metode tertentu dalam menganalisa, merancang sistem dan lain-lain, sehingga bisa tercipta model sistem yang lebih efisien dan efektif dalam upaya meningkatkan penjualan produk.

## 1. DAFTAR PUSTAKA

- [1] C. Bernadeth, A. Pamukti and G. Triyono, "Penerapan *E-Commerce* Berbasis *Web* Menggunakan *CMS* Untuk Meningkatkan Penjualan," *Jurnal Sekretari dan Administrasi (SERASI)*, vol. 19, no. 2, pp. 128-138, 2021.
- [2] A. Rosyana, G. Gata, Y. Santoso and A. U. Hamdani, "Penerapan *E-Commerce* Untuk Memperluas Pemasaran Pada Toko Shafira," *Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (SENAFTI)*, vol. 2, no. 1, pp. 899-907, 2023.
- [3] F. D. Nugroho, L. Hin, Lauw, H. Irawan and M. A. Rony, "Implementasi *E-Commerce* Menggunakan *Plugin Woocommerce* Pada Toko Lovebouquet.tng," *Seminar Nasional Mahasiswa Teknologi Informasi (SENAFTI)*, vol. 2, no. 1, pp. 889-898, 2023.
- [4] A. Nugroho and H. Irawan, "Implementasi *E-Commerce* Menggunakan *Content Management System (CMS)* Untuk Memperluas Pemasaran Pada Indah Jaya Sport," *Indonesia Journal Information System (IDEALIS)*, vol. 4, no. 4, pp. 137-146, 2021.
- [5] Y. G. Kumara, A. Diana and D. Achadiani, "Penerapan *E-Commerce* Dengan Metode *Business Model Canvas (BMC)* Berbasis *Content Management System (CMS)* Untuk Memperluas Pemasaran Produk Pada JTBEKASI," *Indonesia Journal Information System (IDEALIS)*, vol. 5, no. 1, pp. 49-58, 2022.
- [6] A. S. Prayitno and J. Sutrisno, "Implementasi *E-Commerce* Menggunakan *Content Management System (CMS)* Pada Toko Thanksgod Dalam Upaya Memperluas Area Pemasaran," *Indonesia Journal Information System (IDEALIS)*, vol. 3, no. 1, pp. 539-544, 2020.
- [7] B. R. Sukamo and M. Ahsan, "Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan *Business Model Canvas*," *Jurnal MANOVA*, vol. IV, no. 2, pp. 51-61, 2021.

- [8] D. D. Randa, “Analisa Dan Perancangan Berorientasi Objek Pada Sistem Informasi Geografis Untuk Menentukan Lokasi Irigasi Sungai,” *Jurnal Riset Tindakan Manusia (JRTI)*, vol. 7, no. 2, pp. 84-91, 2022.
- [9] P. N. N. Fadillah and M. R. Gaffar, “Perancangan Dan Pembuatan *Company Profile* Berbasis *Website* Menggunakan CMS *Wordpress* Pada Kafe *Kajja Korean Street Food* Di Garut,” *Applied Business And Administration Journal*, vol. 2, no. 1, pp. 91-99, 2023.
- [10] E. A. Pratama, C. M. Hellyana and Sutrisno, *Analisa Perancangan Sistem Informasi*, Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2020.
- [11] S. Rahman, *Jago Membuat Website Dan SEO*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2020.