

MODEL *E-COMMERCE* UNTUK Mendukung Penjualan Produk pada Toko Johan Collection

Yohan^{1*}, Agus Umar Hamdani²

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

Email: 1*1912520168@budiluhur.ac.id, 2agus.umarhamdani@budiluhur.ac.id

(* : corresponding author)

Abstrak-Johan Collection adalah usaha yang menyediakan beragam jenis barang kebutuhan, dimana produk yang dijualbelikan, diantaranya otomotif, alat pancing, tanaman hias, sepatu dan beberapa jenis barang lainnya yang mengikuti ketersediaan barang dari suplier pertama dari Johan Collection. Sejauh ini Johan Collection hanya menggunakan dua jenis marketplace *online* dalam proses pemasarannya, yaitu Facebook dan Shopee. Terbatasnya penggunaan media dalam proses pemasarannya, mengakibatkan Johan Collection sulit dalam mengembangkan usahanya. Maka dari itu diperlukan adanya pembaharuan dalam proses pemasaran dari Johan Collection. Untuk mengatasi keterbatasan tersebut, penelitian ini mengusulkan pembangunan aplikasi *E-Commerce* sebagai solusi bisnis. Aplikasi ini akan dibangun menggunakan Content Management System WordPress, diperkuat dengan teknik Search Engine Optimization (SEO) dan strategi pemasaran yang efektif. Langkah ini diharapkan dapat membuka peluang baru, memperluas jangkauan pemasaran, dan meningkatkan daya saing Johan Collection di pasar *online*. Dengan berfokus pada pengembangan prototipe aplikasi *E-Commerce*, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan usaha. Hasil akhir penelitian ini adalah prototipe aplikasi *E-Commerce* yang dapat meningkatkan layanan dan pemasaran Johan Collection. Dengan adanya aplikasi ini, diharapkan usaha dapat mencapai *audience* yang lebih luas, meningkatkan daya saing, dan mengoptimalkan potensi penjualan. Implementasi strategi SEO dan pemasaran yang efektif akan memberikan dampak positif pada visibilitas Johan Collection dalam dunia *online*, membuka peluang baru untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Keywords *E-Commerce*, Content Management System, Search Engine Optimization

E-COMMERCE MODEL TO SUPPORT PRODUCT SALES AT JOHAN COLLECTION STORE

Abstract- Johan Collection is a business that provides various types of necessities, where the products sold include automobiles, fishing equipment, ornamental plants, shoes and several other types of goods that follow the availability of goods from the first supplier of the Johan Collection. So far Johan Collection has only used two types of online marketplaces in its marketing process, namely Facebook and Shopee. The limited use of media in the marketing process has made it difficult for Johan Collection to develop its business. Therefore, there is a need for updates in the marketing process of the Johan Collection. To overcome these limitations, this research proposes developing an *E-Commerce* application as a business solution. This application will be built using the WordPress Content Management System, reinforced with Search Engine Optimization (SEO) techniques and effective marketing strategies. This step is expected to open up new opportunities, expand marketing reach, and increase the competitiveness of Johan Collection in the online market. By focusing on developing *E-Commerce* application prototypes, this research aims to make a positive contribution to business growth. The final result of this research is an *E-Commerce* application prototype that can improve Johan Collection services and marketing. With this application, it is hoped that businesses can reach a wider audience, increase competitiveness and optimize sales potential. Implementing effective SEO and marketing strategies will have a positive impact on Johan Collection's visibility in the online world, opening up new opportunities for sustainable business growth.

Keywords: *E-Commerce*, Content Management System, Search Engine Optimization.

1. PENDAHULUAN

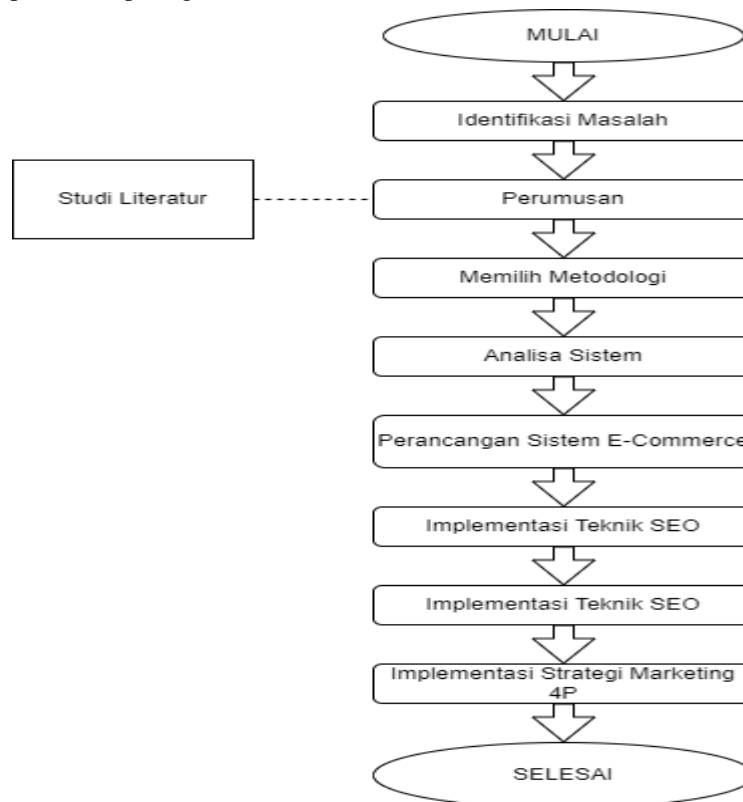
Perilaku berbelanja *online* sekarang sudah menjadi kebiasaan masyarakat luas, apalagi Indonesia yang merupakan pasar terbesar dalam bidang Ecommerce di Asia Tenggara[5]. Hal tersebut dapat dilihat dari meningkatnya jumlah daya konsumsi masyarakat Indonesia untuk berbelanja *online* untuk memenuhi kebutuhannya [10]. Sehubungan cepatnya pertumbuhan tersebut, banyak bisnis dan merek dagang berlomba untuk meningkatkan penjualan mereka [3]. Dengan memahami tren dan perilaku pasar karena dapat membantu pebisnis dalam pengembangan produk, kelola bisnis, dan memaksimalkan penjualan mereka melalui platform jual beli *online* atau *E-commerce* [8]. *E-commerce* yaitu transaksi komersial yang melibatkan pertukaran nilai yang dilakukan melalui atau menggunakan teknologi digital antara individu [7]. Johan Collection adalah salah satu unit

bisnis yang berkecimpung dalam bidang penjualan joran dan perlengkapan memancing. Penggunaan media sosial seperti *WhatsApp* dan *Facebook* akan digunakan [6]. Terbatas dan sedikitnya fitur yang dimiliki *WhatsApp* dan *Facebook* membuat *Johan Collection* menemui banyak kendala dalam menjalankan bisnisnya, seperti sarana promosi yang tidak maksimal membuat kurang optimalnya promosi untuk menaikkan jumlah penjualan agar menjangkau pasar yang lebih luas, pelanggan harus menghubungi penjual untuk mengetahui perkembangan stok, produk terbaru, dan informasi dari produk yang diinginkan [9]. Dalam menghadapi tantangan dan peluang di dunia *e-commerce*, pemrograman web memiliki peran yang sangat krusial [2]. Penerapan model *e-commerce* yang sukses untuk mendukung penjualan produk pada toko *Johan Collection* tidak terlepas dari kecanggihan teknologi web dan pemahaman mendalam tentang pengembangan aplikasi *online* [4].

Beberapa referensi terkait topik diatas, antara lain : penelitian ke-1 [1] membahas kurangnya informasi mengenai harga dan produk yang tersedia, proses pemesanan memerlukan banyak waktu, pembuatan laporan manual, media promosi hanya melalui mulut ke mulut dan sebatas kepercayaan. Penelitian tersebut menggunakan metode *Business Model Canvas* sebagai pendekatan untuk menyelesaikan masalah dan menggunakan teknologi *Content Management System Wordpress* sebagai implementasinya. Hasil dari penelitian ini yaitu prototipe aplikasi *E-Commerce* untuk meningkatkan penjualan pada toko *Johan Collection* dan diharapkan bisa memperluas jangkauan pasar serta mempermudah pembukuan toko *Johan Collection* yang saat ini masih menggunakan pembukuan yang dicatat menggunakan buku. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merasa *Johan Collection* membutuhkan aplikasi sistem informasi transaksi jual beli *online e-commerce* untuk menunjang dalam menaikkan jumlah penjualan, promosi produk, serta pembuatan laporan bisnis yang efektif. Sehingga memudahkan untuk melakukan transaksi jual beli, promosi produk dengan jangkauan yang lebih luas, dan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan maksimal.

2. METODE PENELITIAN

Gambar 2 merupakan langkah-langkah yang dilakukan guna menuntaskan masalah dalam penelitian ini. Selengkapny dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 1. Langkah-langkah Penelitian

Langkah awal yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan mengidentifikasi masalah yang terjadi di toko Johan *Collection*. Kemudian setelah itu masuk keperumusan masalah dimana metode yang di gunakan ini mengikuti kajian teori dan studi literatur yang pernah digunakan oleh peneliti sebelumnya. Di tahap ketiga yaitu memilih metode yang akan digunakan penulis menggunakan metode pengumpulan data yaitu wawancara dengan Johan sebagai pemilik langsung toko Johan *Collection*, melakukan observasi langsung toko Johan *Collection*, dan yang terakhir yaitu menggunakan studi literatur sebagai *refrensi* topik *e-commerce* sesuai dengan masalah yang diamati. Tahapan keempat yaitu analisa sistem yang menggunakan beberapa metode yaitu analisa model bisnis model kanvas *Key Partner Supplier* alat pancing, kurir sicepat dan *bank BCA*. *Key Activities* Proses penjualan di Toko Johan *Collection* dan proses *marketing* untuk memasarkan produk ke pelanggan. *Key Resource: Handphone, Internet*, modal dan pegawai. *Value Proposition: Garansi barang rusak di pengiriman gratis umpan ikan. Customer Relationship* Promo *bundling* produk dan potongan harga di setiap produknya. *Channels* Cara memasarkan produk melalui *facebook* dan *shopee*. *Customer Segment* Target pembeli ialah kisan umur 12 tahun – 60 tahun. *Cost Structure* biaya operasional, gaji karyawan dan sewa toko. *Revenue Streams* Keuntungannya berasal dari penjualan produk di Toko Johan *Collection*. Kemudian menggunakan *fishbone diagram* pada tahap ini penulis menggunakan *Fishbone Diagram* untuk mengidentifikasi dan menggambarkan secara detail sebab akibat dari proses bisnis berjalan pada Toko Johan *Collection*. *Activity Diagram* di tahap ini penulis menggunakan *Activity Diagram* untuk menggambarkan proses bisnis berjalan dan urutan aktivitas dalam sebuah proses bisnis berjalan pada Toko Johan *Collection*. Tahap terakhir yaitu implementasi teknik SEO dengan konfigurasi sebagai berikut, konfigurasi SEO yaitu dengan menginstal *Yoast SEO*, lalu aktifkan *Yoast SEO* dan aktifkan fitur-fitur yang ada di *Yoast SEO*. Strategi SEO yaitu, *Off Page* dan *On Page*. *Off Page* dengan membuat sosial media dengan konten yang menarik minat para pelanggan supaya tertarik membeli. *On Page* dengan menggunakan *Google Search Console*.

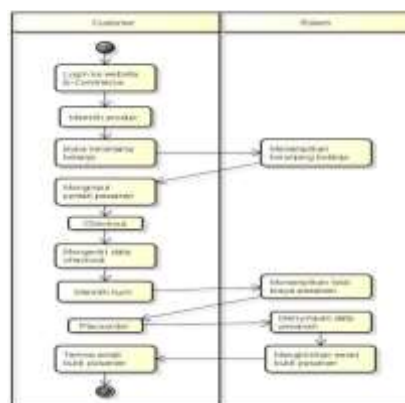
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Proses Bisnis

Berikut ini adalah hasil analisis proses bisnis berjalan pada Toko Johan *Collection* :

a. Gambar 2 Activity Diagram Proses Pembelian Produk Oleh Pelanggan

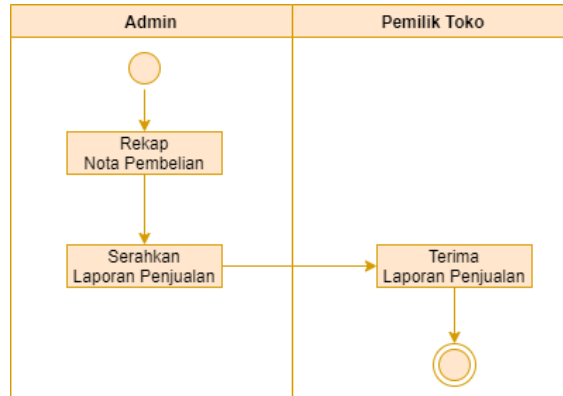
Pengunjung mengunjungi website *johancollection.my.id* kemudian memilih menu produk yang ingin di beli. Kemudian buka keranjang belanja pada menu yang ditampilkan kemudian menginput jumlah pesanan dan akan dibawa ke menu *check out* dan mengisi data serta memilih jasa kirim kemudian memilih metode pembayaran dan pembeli akan menerima email bukti pemesanan.



Gambar 2. Activity Diagram Pembelian Produk

b. Proses Pembuatan Laporan

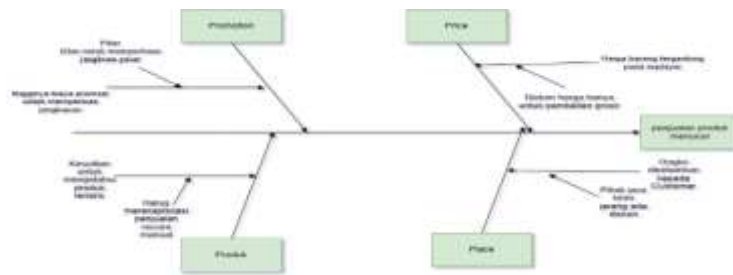
Pada gambar 3 menunjukan setiap transaksi, admin melakukan rekap penjualan berdasarkan nota pembelian. Yang nantinya, laporan penjualan tersebut akan diberikan kepada pemilik toko.



Gambar 3. Activity Diagram Pembuatan Laporan

3.2 Analisis Masalah

Berikut di gambar 4 ini terdapat analisa masalah pada toko Johan Collection yang di modelkan dengan metode *fish bone* adapun masalah yang di hadapi antara lain adalah *place*, *price*, *promotion* dan *produk*. Pada bagian *place* pengiriman jarang ada diskon yang menyebabkan kenaikan harga, *price* pemilik toko harga jual barang bergantung sepenuhnya pada harga penyedia barang, *promotion* yang digunakan untuk memperluas pasar menggunakan iklan berbayar dengan harga yang mahal.

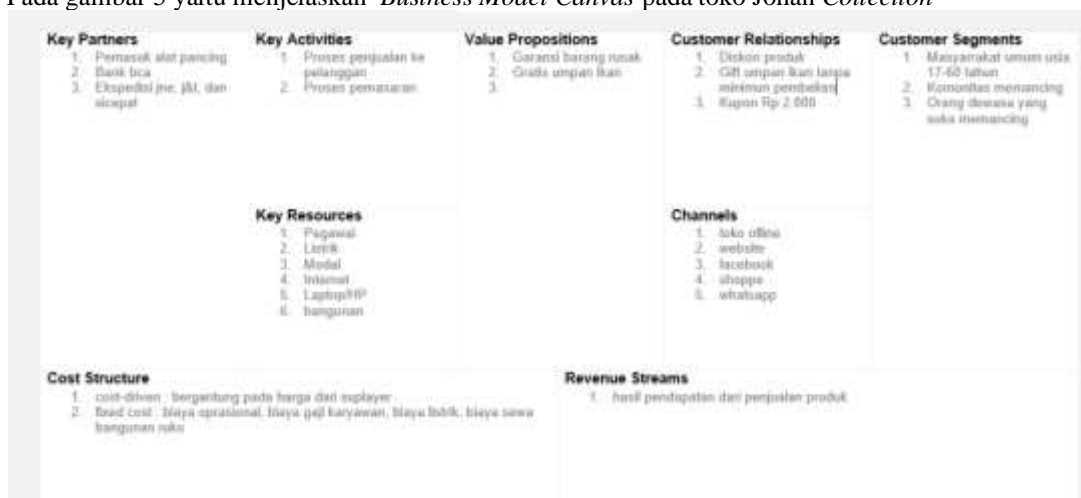


Gambar 4. Fishbone Diagram

4.

3.3 Analisis Business Model Canvas

Pada gambar 5 yaitu menjelaskan *Business Model Canvas* pada toko Johan Collection



Gambar 5. Business Model Canvas (BMC)

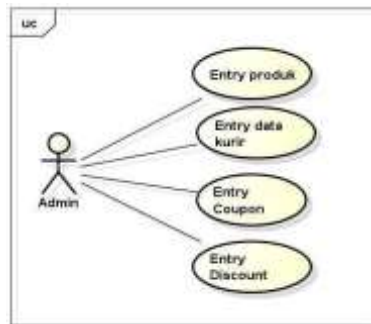
- Key Partner Supplier* : Alat pancing, kurir sicepat dan bank BCA.
- Key Activities Proses* : Penjualan di Toko johan collection dan proses *marketing* untuk memasarkan produk kepelanggan.

- c. *Key Resource* : *Handphone, Internet*, modal dan pegawai.
- d. *Value Proposition* : Garansi barang rusak di pengiriman gratis umpan ikan.
- e. *Customer Relationship* : Promo *bundling* produk dan potongan harga di setiap produknya.
- f. *Channels* : Cara memasarkan produk melalui *Facebook* dan *Shopee*.
- g. *Customer Segment* : Target pembeli ialah kisaran umur 12 tahun – 60 tahun.
- h. *Cost Structure* : biaya operasional, gaji karyawan dan sewa toko.
- i. *Revenue Streams* : Keuntungannya berasal dari penjualan produk di Toko Johan *Collection*

3.4 Pemodelan Sistem *E-Commerce*

a) *Use Case Diagram Master*

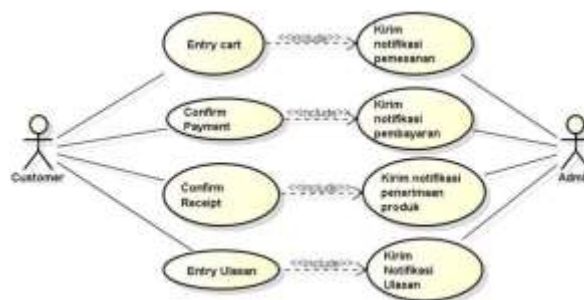
Tabel pada gambar 6 Admin toko *entri* data produk penjualan, mengatur pengiriman akan menggunakan jasa apa yang akan digunakan, membuat kupon dan diskon yang sesuai



Gambar 6. *Use Case Diagram Master*

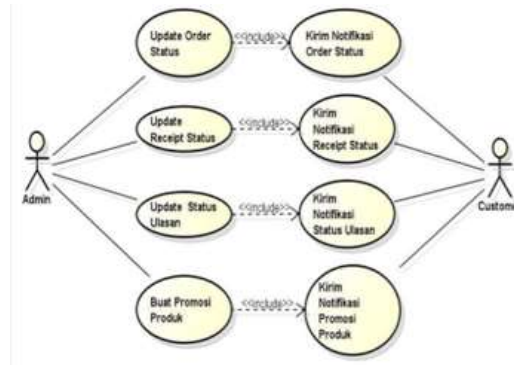
b) *Use Case Diagram Transaksi*

Perhatikan gambar 7 *Customer* mengirim pesan telah melakukan pembayaran ke admin kemudian admin mengirimkan notifikasi pengiriman barang yang akan di kirim dan *customer* menerima pesan admin mengirimkan notifikasi pengiriman, *customer* memberikan ulasan pengiriman dan mendapatkan notifikasi pengiriman.



Gambar 7. *Use Case Diagram Transaksi Front-End*

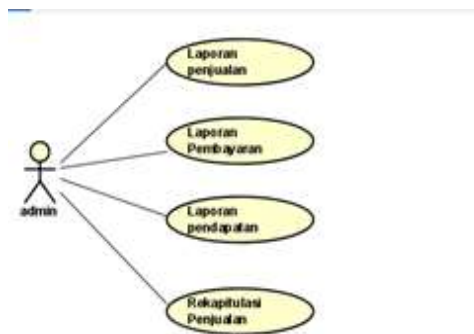
Pada gambar 8 *Use Case Diagram* Transaksi ini menjelaskan alur transaksi pemesanan barang admin akan memberikan notifikasi *order status*, kemudian admin akan konfirmasi barang dan admin akan memberikan diskon dan kupon sesuai yang berlaku



Gambar 8. *Use Case Diagram* Transaksi Back-End

c) Use Case Diagram Laporan

Gambar 9 *Use Case Diagram* Laporan memuat admin membuat laporan penjualan, laporan pembayaran, laporan pendapatan, rekapitulasi pendapatan



Gambar 9. *Use Case Diagram* Laporan

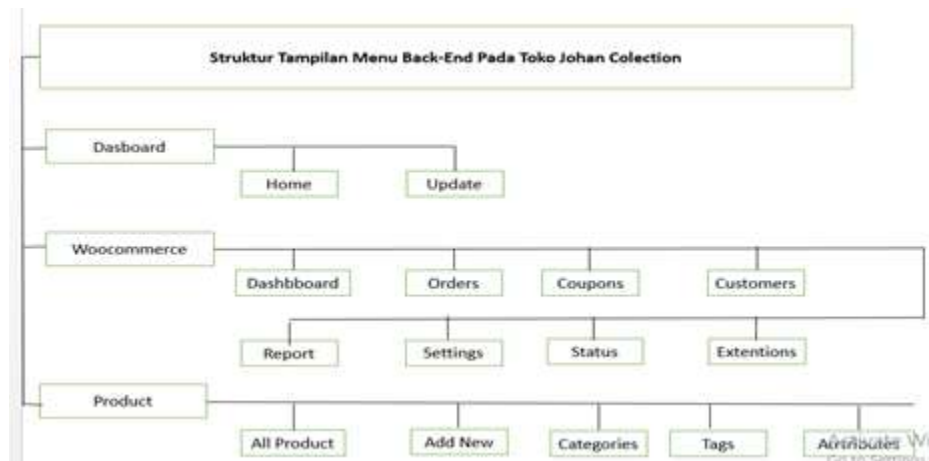
3.5 Struktur Tampilan Menu Sistem Usulan

Gambar 10 merupakan struktur tampilan menu utama aplikasi E-Commerce Toko Johan Collection pada menu *Front-End*. Yang terdapat di menu utama yaitu *contact me*, *chek out*, *my account*, *confirm payment*, *confirm receipt*, *registration*, *shop*



Gambar 10. Struktur Tampilan Menu Utama *Front-End*

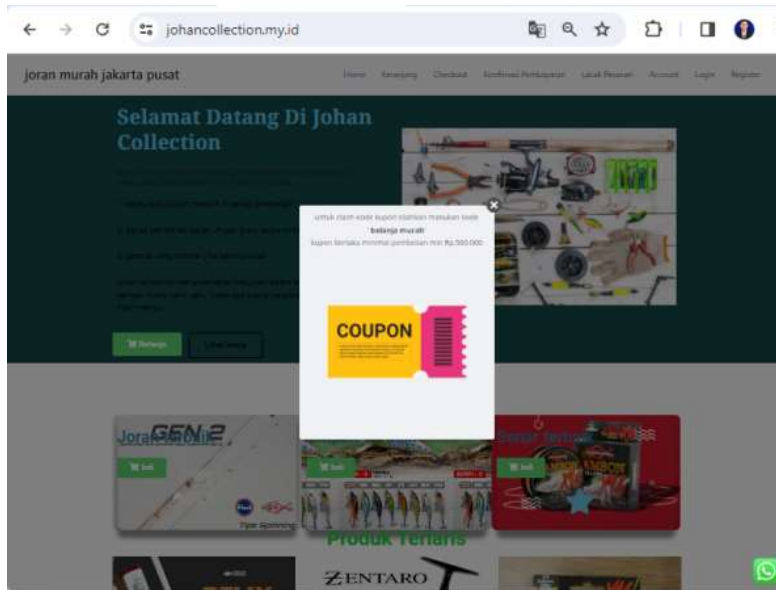
Di gambar 11 ini menampilkan Struktur Tampilan Menu Utama *Back-End* di menu dashboard ada 2 menu utama yaitu home dan update, *Woocommerce* ada menu *dashboard*, *oeders*, *coupon*, *customers*, *report*, *settings*, *status*, *extention*. Dan terakhir di menu produk yang berisi *all product*, *add new*, *categories*, *tags*.



Gambar 11. Struktur Tampilan Menu Utama Back-End

3.6 Hasil Implementasi Sistem Usulan

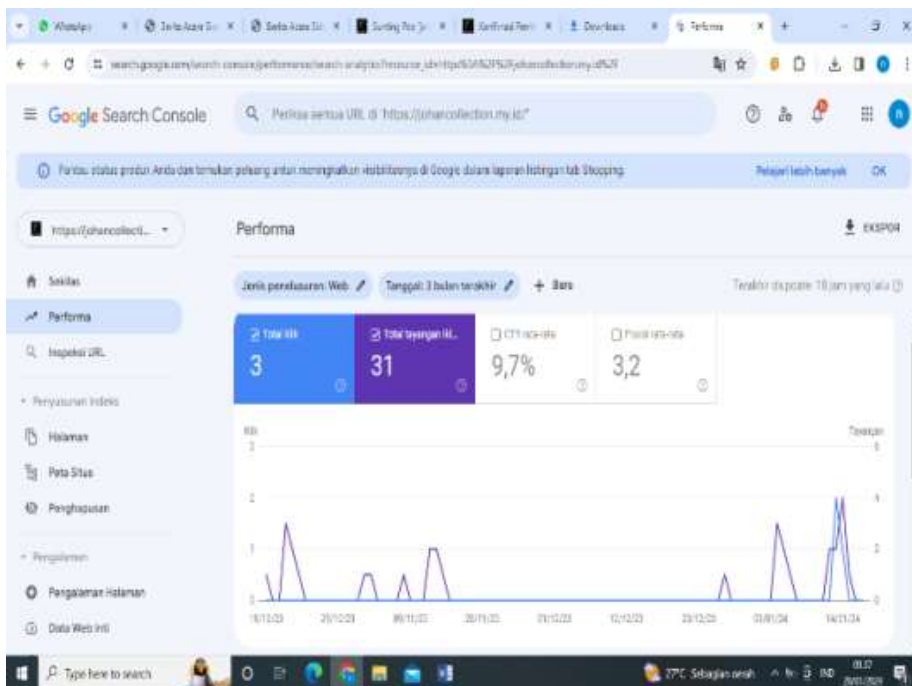
Gambar 12 merupakan tampilan halaman utama website *E-Commerce Johan Collection* yang memiliki nama domain : <https://johanCollection.my.id/>. Ulasan mengenai model ecommerce belum terlihat secara lengkap dalam naskah ini, karena lebih menekankan pada SEO dan marketing, agar dapat di lengkapi dan mencantumkan minimal 1 tampilan running layar transaksi, dan 1 tampilan running layar laporan untuk menjawab pendahuluan -> pembuatan laporan bisnis yang efektif.



Gambar 12. Tampilan Halaman Utama Website

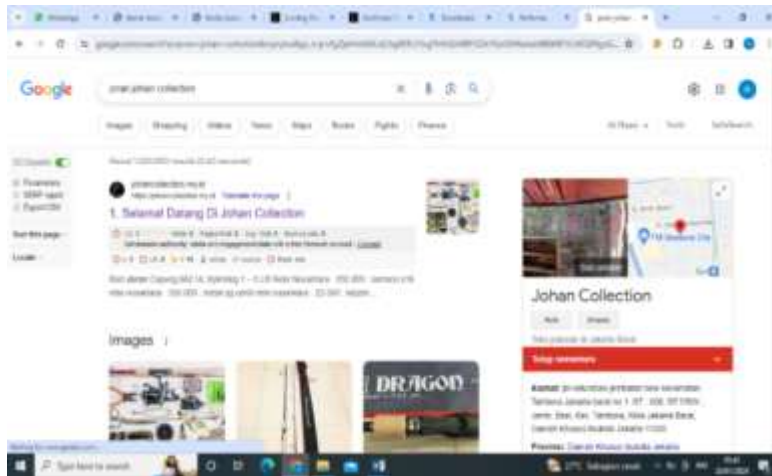
3.7 Hasil Implementasi Teknik Search Engine Optimization (SEO)

Gambar 13 merupakan hasil kinerja penelusuran web ke selama 2 (dua) minggu sejak 7 Januari 2024 hingga 20 Januari 2024 yang diperoleh data sebagai berikut : *Total Click* sebanyak 3 penunjang, *Total Impressions* sebanyak 31 orang dan *Average CTR* = 9,7%.



Gambar 13. Hasil Pengujian Performance Website E-Commerce

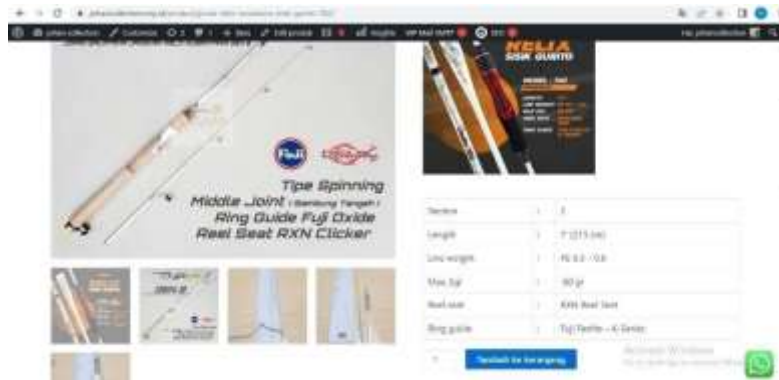
Pada gambar 14 menunjukkan hasil pencarian kata kunci dalam mesin pencari Google menggunakan kata kunci “joran Johan *Collection*” dilakukan pada 20 januari 2024, pukul 09.45 WIB.



Gambar 14. Hasil Pengujian *Search Engine Optimization*

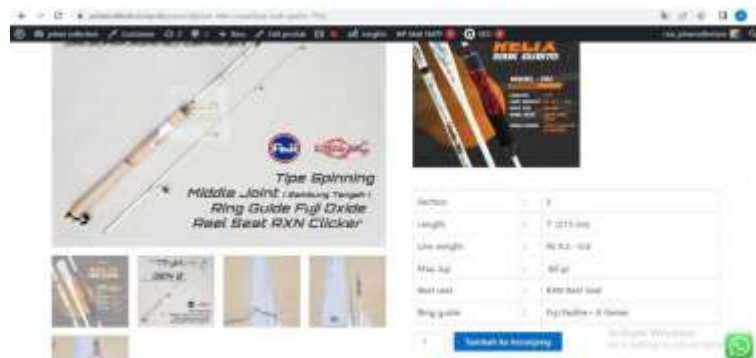
3.8 Implementasi Strategi Marketing

Gambar 15 merupakan salah satu contoh penerapan strategi strategi dari *mix marketing*, berupa strategi produk.



Gambar 15. Strategi Produk

Strategi harga berupa obral 10% *off* akan diterapkan setiap tanggal 15- 25 pada setiap bulannya. Bagi pelanggan yang membeli lebih dari 100 pcs akan diberikan gratis ongkos kirim. Gambar 16 merupakan contoh penerapan strategi *price*.



Gambar 16. Strategi Harga

Strategi promosi dilakukan dengan *social media instagram, whatsapp*, dan ulasan. Gambar 17 merupakan contoh penerapan strategi promosi pada Johan Collection.



Gambar 17. Strategi Promosi

5. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu dengan adanya penerapan kata kunci pencarian menggunakan teknik *Search Engine Optimization* dapat membantu pelanggan dalam mencari produk yang dicari dan dapat diakses semua pelanggan di semua jangkauan sehingga area pemasaran menjadi luas, dengan adanya fitur produk terlaris, terbaru dan produk pilihan memudahkan pemilik toko untuk menganalisa dan memantau produk yang menjadi kekuatan penjualan dan meningkatkan penjualan produk, serta dengan adanya penerapan strategi *mix marketing* (kupon dan diskon) yang berkelanjutan pada toko Johan Collection, memudahkan pemilik toko untuk mengatur penggunaan promosi produk dapat menjadikan produk dikenal oleh calon pelanggan.

6. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anardani, Sri. Perancangan Sistem Berorientasi Objek Dengan Pemodelan UML (*Unified Modeling Language*) Tools. *Madiun*: Unipma Press, 2019.
- [2] G. Abdulloh, Rohi. 7 in 1 : Pemrograman Web untuk Pemula. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2018.
- [3] Turbudi, T., & Hamdani, A. U. (2022). Penerapan Model E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Kerajinan Tangan. *IDEALIS: InDonEsiA journal Information System*, 5(1), 19-29.
- [4] Arifin, M. Z. et al. Rancang Bangun E-Commerce Pandukria Berbasis Framework Codeigniter. *Saintekbu*, 11(1), pp. 1–11, 2019.
- [5] Masitah, Abdullah, and Ilyas, “E-Commerce Penjualan Pakaian Pada Lapak Mariati Berbasis Web,” *Intra-Tech*, vol. 2, no. 2, pp. 1–11, 2018.
- [6] A. Nurhansah and Y. Santoso, “IMPLEMENTASI E-COMMERCE BERBASIS CMS (CONTENT MANAGEMENT SYSTEM) PADA BATIK PEKALONGAN TOKO BERKAH”, *IDEALIS*, vol. 3, no. 1, pp. 431-435, Jan. 2020.
- [7] WALIM, Walim; SUHARDI, Suhardi. RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI E-COMMERCE DALAM PENJUALAN HARDWARE KOMPUTER BERBASIS WEBSITE. *CERMIN: Jumal Penelitian*, [S.l.], v. 4, n. 2, p. 317-338
- [8] Arifin, M. Z., Alfaris, H. B. I., Sufaidah, S., & Sifaunajah, A. (2018). RANCANG BANGUN E-COMMERCE PANDUKRIA BERBASIS FRAMEWORK CODEIGNITER. *SAINTEKBU*, 11(1), 1–11. <https://doi.org/10.32764/saintekbu.v11i1.251>
- [9] Samsuni, S. and Erfiyani, E. 2018. Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Penjualan Produk Kecantikan dan Fashion Pada AC Fashion Style. *Jumal Prosisko*. 5(2).
- [10] Resman, K. I. K. et.al. 2020. Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Penjualan Ayam Pedaging Berbasis Website di Kabupaten Manggarai Barat NTT. *Jumal Beta (Biosistem dan Teknik Pertanian)*. 9(1).