

## IMPLEMENTASI DAN DESAIN WEBSITE E-COMMERCE PADA TOKO SETIA JAYA AUDIO UNTUK MENUNJANG LAYANAN PENJUALAN

Dwi Istiqomah<sup>1\*</sup>, Lis Suryadi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Kota Jakarta, Indonesia

Email: <sup>1</sup>\*2012510422@student.budiluhur.ac.id, <sup>2</sup>lis.suryadi@budiluhur.ac.id  
(\* : corresponding author)

**Abstrak-** Saat ini teknologi informasi berkembang pesat, begitu pula dengan kebutuhan manusia. Teknologi berperan sangat penting bagi kehidupan manusia. Ini membawa dampak adanya transformasi pelaksanaan taktik bisnis guna memikat pembeli. Transformasi taktik bisnis menyangkut pada UMKM sehingga harus beradaptasi dengan perubahan lingkungan yang eksternal akibat perkembangan teknologi. Salah satu jenis penerapan teknologi dalam rangka peningkatan persaingan bisnis dan penjualan produk adalah pemanfaatan *E-Commerce*. Toko Setia jaya audio ialah salah satu UMKM yang berjalan pada bidang penjualan *sound system*, kabel *sound* dan aksesoris *sound*. berdiri pada tahun 2020 daerah Tangerang Selatan dimana toko ini ialah anak usaha dari toko Nusantara audio yang berdiri tahun 2016 hingga kini, berlokasi di Bawen Jawa Tengah, karena memiliki dua toko dengan lokasi yang berbeda owner harus bolak-balik Tangerang - Bawen setiap bulannya guna memantau kedua toko tersebut. Dalam menjalankan usahanya Toko Setia Jaya Audio terus menghadapi permasalahan diantaranya yaitu: kurangnya media promosi, jangkauan pelanggan hanya sekitar toko, tidak adanya detail informasi produk, tidak adanya laporan stok produk, dokumen arsip nota sering hilang bahkan rusak serta sering terjadi kesalahan pencatatan laporan. Guna menangani permasalahan ini terdapat ide untuk menggunakan sistem *e-commerce* dengan memakai *Content Management System (CMS)* memakai *tools WordPress* dengan plugin *WooCommerce* untuk mengatasi problem di sistem yang ada saat ini. Penelitian ini memakai metodologi *Business Model Canvas (BMC)* dalam menganalisis model bisnis dan dibantu dengan teknik *Search Engine Optimization (SEO)* dalam penerapannya berguna mendukung *website* tampak pada halaman mesin pencari. Dengan membuat *website e-commerce* ini pemasaran menjadi lebih optimal, mempermudah pelanggan mendapat informasi, mempermudah pembuatan laporan yang akurat dan mempermudah pelanggan guna melakukan pemesanan serta menangani masalah yang ada di Toko Setia jaya audio.

**Kata Kunci:** *E-Commerce*, CMS, BMC, SEO, WordPress, WooCommerce, Toko Setia Jaya Audio

### ***E-COMMERCE ANALYSIS AND DESIGN AT THE SETIA JAYA AUDIO SHOP TO SUPPORT SALES SERVICES***

**Abstract-** Currently, information technology is developing rapidly, as are human needs. Technology plays a very important role in human life. This has the impact of transforming the implementation of business tactics to attract buyers. The transformation of business tactics concerns MSMEs so they must adapt to changes in the external environment due to technological developments. One type of application of technology in order to increase business competition and product sales is the use of *E-Commerce*. Setia Jaya Audio Shop is one of the MSMEs that operates in the field of selling sound systems, sound cables and sound accessories. founded in 2020 in the South Tangerang area where this shop is a subsidiary of the Nusantara audio shop which was founded in 2016 until now, located in Bawen, Central Java, because it has two shops with different locations the owner has to go back and forth from Tangerang - Bawen every month to monitor both shops. In running its business, Setia Jaya Audio Shop continues to face problems including: lack of promotional media, customer reach only around the shop, no detailed product information, no product stock reports, note archive documents are often lost or even damaged and errors in recording reports often occur. To overcome this problem, there is an idea to use an *e-commerce* system using a *Content Management System (CMS)* using *WordPress* tools with the *WooCommerce* plugin to overcome problems in the current system. This research uses the *Business Model Canvas (BMC)* methodology in analyzing business models and is assisted by *Search Engine Optimization (SEO)* techniques in its application to support websites appearing on search engine pages. By creating this *e-commerce* website, marketing becomes more optimal, making it easier for customers to get information, making it easier to make accurate reports and making it easier for customers to place orders and handle problems at the Setia Jaya Audio Store.

**Keywords:** *E-Commerce*, CMS, BMC, SEO, WordPress, WooCommerce Setia Jaya Audio Shop

## 1. PENDAHULUAN

Menurut [1] *Business to Business (B2B)*, ialah jenis *E-Commerce* yang menitik beratkan penjualan kepada bisnis lain. Dalam hal ini, perusahaan ataupun organisasi bisa berfungsi sebagai pembeli maupun penjual dalam kerjasama dengan perusahaan lain. B2B *E-Commerce* biasanya menggunakan dua model bisnis: *net marketplace*, yang sering disebut *marketplace*, dan jaringan industri pariwisata. Sedangkan sistem informasi ialah suatu gabungan terstruktur dari manusia, *hardware*, *software*, jaringan komunikasi juga sumber daya data dapat yang berfungsi untuk menghimpun, mengolah, serta menyebarkan informasi pada sebuah organisasi. Sebagaimana dijelaskan bahwa “SI ialah sistem yang dibentuk manusia dan tersusun dari berbagai komponen pada organisasi guna mencapai tujuan, ialah memaparkan informasi” (Suryantara 2017). Sehingga bisa menyimpulkan sistem informasi ialah himpunan komponen ataupun elemen yang saling berhubungan bekerja sama dengan menggabungkan, mengolah, menyimpan, menganalisis data, dan menebarkan hasilnya dalam bentuk informasi untuk tujuan informasi tertentu[2].

Toko Setia Jaya Audio ialah toko *sound* konvensional yang menyediakan beragam produk *sound system*. Pelanggan mengunjungi toko serta memilih produk yang ingin dibeli, namun terdapat masalah penjualan serta pemasaran menjadi kendala guna mencapai kemajuan toko sehingga hanya pelanggan yang datang serta masyarakat sekitar yang bisa melihat informasi seputar produk sehingga pelanggan yang berada diluar wilayah kesulitan mendapat informasi. Media pemasaran berupa *banner* sehingga jangkauan pelanggan kurang luas, pelanggan kesulitan mendapat informasi produk secara detail. Selain itu catatan penjualan hanya nota yang sering hilang dan rusak, sehingga sulit mengetahui produk terlaris. Berdasarkan permasalahan dibuatlah *website E-Commerce*

Content Management System (CMS) ialah sebuah sistem yang memberikan kemudahan kepada para penggunanya dalam mengelola dan mengadakan perubahan isi sebuah website dinamis tanpa sebelumnya dibekali pengetahuan tentang hal-hal yang bersifat teknis [3]. *Business Model Canvas (BMC)* ialah framework yang memudahkan menganalisa suatu model bisnis pada platform atau bisnis yang sedang dijalankan atau akan dijalankan [4]. Diagram tulang ikan (Fishbone Diagram), juga dikenal sebagai diagram sebab dan akibat, diagram Ishikawa, merupakan alat visualisasi yang digunakan untuk menemukan akar penyebab suatu masalah. Serta *Unified Modeling Language (UML)* ialah salah standar bahasa yang banyak digunakan di dunia industri untuk mendefinisikan requirement, membuat analisis & desain, serta menggambarkan arsitektur dalam pemrograman berorientasi objek [5]. Berdasarkan *analysis* dan penelitian dapat disimpulkan kalau Corona dalam Indonesia berpengaruh positif bagi pemakaian *e-commerce* terhadap Masyarakat guna sarana kebutuhan. Publikasi kelima dilakukan Dhimas Adhinar Afriansyah, Donna Setiawati dan Arief Rais Bahtiar [6]. Perbedaan penelitian sekarang dengan sebelumnya ialah penulis menggunakan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, serta studi literatur. Penulis menggunakan penelitian terapan dengan pendekatan studi kasus, melakukan studi mengenai masalah bisnis yang terjadi serta memberi Solusi berupa system usulan. Analisis masalah menggunakan *fishbone diagram*, pengembangan bisnis dengan metode *Business Model Canvas (BMC)*. Perancangan system menggunakan *Use Case Diagram* serta rancangan layer. Implementasi *E-Commerce* menggunakan *Content Management System (CMS)* Wordpress dengan *plugin WooCommerce*. Implementasi *Search Engine Optimization (SEO)* serta strategi pemasaran.

Hasil akhir ialah berupa *website E-Commerce* guna memperluas jangkauan calon pelanggan dari segi waktu, kapan saja dan Dimana saja serta dapat mempermudah melakukan manajemen produk sehingga dapat meningkatkan jangkauan pemasaran dan penjualan toko setia jaya audio

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian mencakup langkah-langkah sistematis yang dikerjakan guna merencanakan, melaksanakan, hingga mengevaluasi studi yang berkaitan dengan data



Gambar 1. Alur tahapan penelitian

**Gambar 1.** Tahapan pertama yaitu mengumpulkan data, pengumpulan data dilakukan dengan mengunjungi langsung tempat riset, mencari jurnal yang berkaitan dengan topik sebagai bahan literatur. Tahap kedua yaitu muncul masalah yang akan diuraikan. Tahap ketiga Analisis proses bisnis yang terdiri dari analisis *system* berjalan, analisis masalah, dan analisis model bisnis. Tahap keempat perancangan sistem di tahap ini dilaksanakan guna membentuk perancangan sistem usulan dengan pendekatan *Unified Modeling Language* yakni *Use Case Diagram* guna menggambarkan keperluan fungsional sistem berdasar sudut pandang *user*. Langkah kelima penerapan *e-commerce* di bagian ini mengimplementasikan model sistem usulan memakai *Content Management System* (CMS) yakni *Wordpress*, dengan menggunakan *domain* juga *hosting*, lalu *instal* pada *Cpanel*, lalu mengkonfigurasi pada *Wordpress* guna membentuk *website E-Commerce* Toko Setia jaya audio. Tahap keenam Implementasi SEO memakai pendekatan *White-Hat* SEO menggunakan taktik *On- page* SEO memakai *plugin Yoast* SEO yang ada pada CMS *WordPress*. Tahap ketujuh Implementasi marketing strategi *marketing* yang digunakan atas *website E-Commerce* Toko Setia jaya audio guna menunjang penjualan produk *sound* sistem, kabel dan aksesoris *sound* sistem, menggunakan pendekatan yang disebut siasat *mix marketing* 4P (*Product, Price, Promotion* dan *Place*).

*Plugin* yang dipakai ialah *woocommerce*, dengan menggunakan *plugin* tersebut dapat mengelola inventaris, pesanan, pengiriman, dan promosi seperti menambahkan fitur diskon pada *website* sehingga dapat menarik minat pembeli baru.

## 2.2 Perbedaan dari penelitian sebelumnya

Pada **Gambar 2.** Merupakan Perbedaan penelitian, tabel menjelaskan bedanya penelitian yang dilakukan sekarang dengan penelitian sebelumnya berdasarkan jurnal yang digunakan sebagai acuan dan keterkaitan topik dari penelitian ini. Berikut perbedaan dari penelitian sebelumnya yang mendukung penelitian ini dan telah diuraikan pada bagian pendahuluan

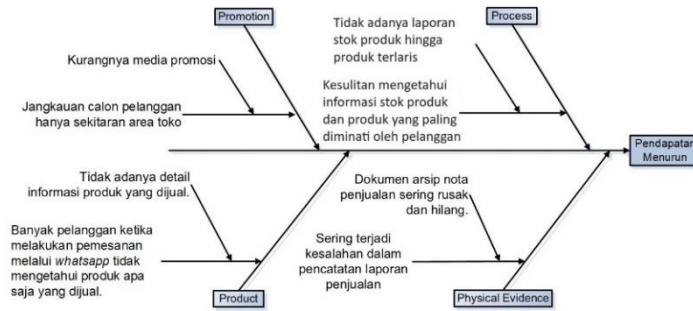
Gambar 2. Tabel perbedaan dari penelitian sebelumnya

Penelitian	Judul	Masalah	Metode	Tools	Hasil
1	PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI SISTEM WEBSITE E-COMMERCE DALAM BISNIS BAKERY UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN DAN PEMASARAN MENGGUNAKAN	Penjualan Prima Bakery dilakukan secara manual, sistem penjualannya masih mengandalkan media interaksi dengan konsumen	Wawancara, Analisis dan perancangan sistem menggunakan <i>Data Flow Diagram</i> (DFD) dan <i>Entity Relationship Diagram</i> (ERD).	Metode <i>Waterfall</i> dengan pengujian <i>black box</i> <i>tasting</i> dan <i>user acceptance test</i> (UAT)	Sebuah sistem <i>website</i> yang dapat diakses oleh <i>User Umum</i> untuk melihat produk dan informasi. <i>Customer</i> dapat mengakses proses pemesanan <i>E-commerce</i> berbasis
2	IMPLEMENTASI FRAMEWORK CODEIGNITER	Keterbatasan	Observasi, <i>Class Diagram</i> , <i>Activity Diagram</i> dan <i>Sequence Diagram</i>	Diagram konteks	<i>E-commerce</i> berbasis
5	RANCANG BANGUN WEBSITE E-COMMERCE DI TOKO SEAN SHOES MENGGUNAKAN METODE RAPID APPLICATION DEVELOPMENT	Sering terjadi kesalahan dalam pelaporan dan menyulitkan pemilik dalam memperoleh informasi dalam waktu yang cepat dan akurat	observasi, wawancara, studi pustaka, dokumentasi dan pemodelan UML	Bahasa pemrograman PHP (framework <i>codeigniter</i> ) dan system <i>Rapid Application Development</i>	Sistem penjualan online pada toko sean shoes berbasis web
Penulis		Media pemasaran kurang optimal, sering terjadi kesalahan dalam pencatatan laporan, customer tidak mengetahui detail informasi produk, customer tidak mengetahui stok produk	Observasi, wawancara, studi literatur dan BMC	<i>Content Management System</i> (CMS), <i>Search Engine Optimization</i> (SEO), <i>mix marketing</i> 4P, <i>Google Search Console</i> , <i>Google Search</i> .	<i>E-commerce</i> berbasis <i>website</i> yang menyediakan sistem penjualan produk secara digital

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Analisis Masalah *Fishbone Diagram*

Diagram Tulang ikan (*Fishbone diagram*) ialah salah satu metode untuk menganalisis akar permasalahan dan mengetahui suatu hal atau risiko sejak awal.

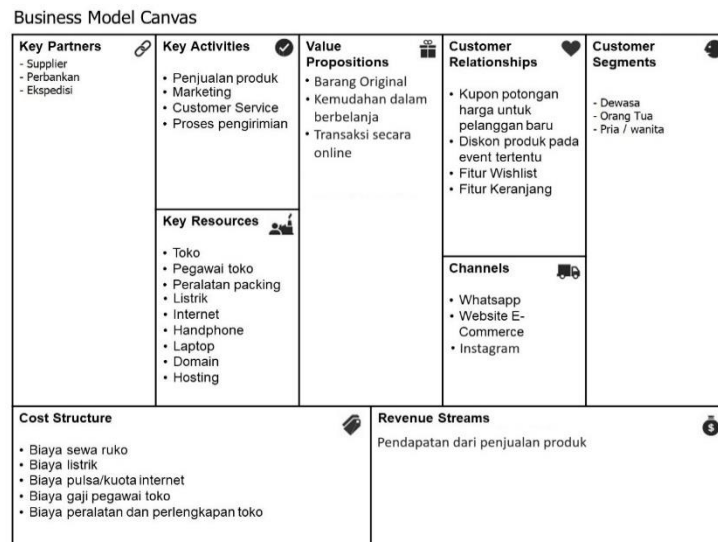


Gambar 3. *Fishbone Diagram*

Di **Gambar 3**, menjelaskan bahwasanya Toko Setia Jaya Audio memiliki masalah berdasarkan analisis masalah yang telah diurai menggunakan model *Fishbone Diagram*, makadari itu diperlukan sistem usulan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di Toko Setia Jaya Audio. Langkah awal dalam menyusun rencana sistem yang akan dikembangkan berdasarkan analisis masalah yang sudah dilakukan adalah mengidentifikasi kebutuhan dari sistem yang diusulkan. Identifikasi ini memungkinkan guna memprediksi sistem yang dibutuhkan, memfasilitasi proses pengembangan sistem agar lebih efisien.

#### 3.2 *Business Model Canvas*

*Business Model Canvas (BMC)* ialah alat dalam strategi manajemen berguna menjelaskan atau menjabarkan sketsa, konsumen, infrastruktur, dan keuangan perusahaan menjadi bentuk elemen visual.[7]. Berikut adalah *Business Model Canvas (BMC)* yang diterapkan di Toko Setia Jaya Audio digambarkan pada Gambar 4. Sebagai berikut



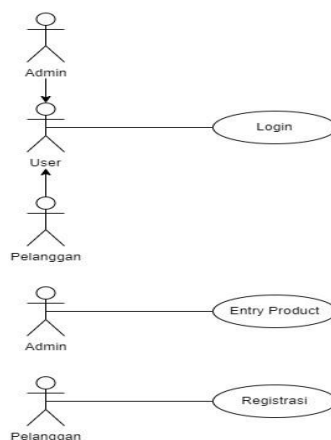
Gambar 4. *Business Model Canvas*

Pada **Gambar 4**, menjelaskan *Business Model Canvas* pada Toko Setia Jaya Audio, *Value Proposition* seperti barang original, kemudahan dalam berbelanja, dan transaksi secara online. *Customer Segments* yang jadi target penjualan Toko Setia Jaya Audio ialah Orang tua, dewasa, pria dan wanita. *Customer Relationship* berisi apa yang diterapkan pada Toko Setia Jaya Audio mendatangkan pembeli baru dan mempertahankan pembeli lama dengan memberikan berita menarik semacam kupon untuk pembeli baru, *discount* produk terhadap *event* tertentu, fitur *wishlist* guna pembeli bisa menaruh produk yang diinginkan serta fitur keranjang guna menarik ketertarikan

pembelian konsumen. *Channels*, media sarana Toko Setia Jaya Audio memperoleh pembeli melalui *Whatsapp*, *website E-Commerce* dan Instagram. *Key Activities* berisi tentang menjalankan bisnis melalui proses pengiriman, *customer service*, *marketing* serta penjualan produk. *Key Resource* merupakan sumber daya yang dipunyai seperti toko, karyawan, Domain serta hosting, Handphone, Peralatan packing, Internet, Laptop, Listrik. *Key Partners* yaitu pihak-pihak sudah bekerja sama dengan Toko Setia Jaya Audio rangka memperlancar aktifitas bisnis serupa *supplier*, perbankan dan ekspedisi. *Cost Structure* ialah rincian uang yang digunakan dalam menjalankan usahanya, seperti biaya sewa took, perlengkapan toko serta Biaya peralatan, Biaya listrik, Biaya gaji pegawai toko, Biaya pulsa/kuota internet. *Revenue Stream* ialah pendapatan hasil dari penjualan produk.

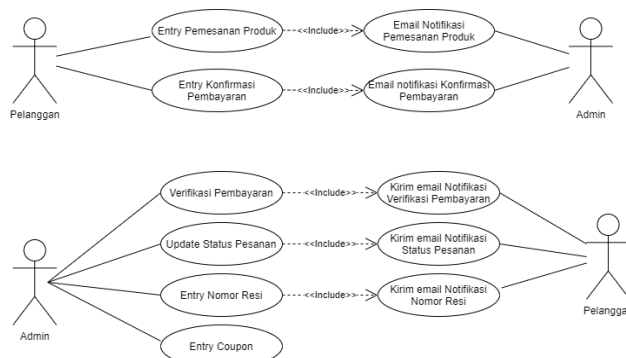
### 3.3 Use Case Diagram

*Diagram use case* ialah diagram yang mengilustrasikan interaksi tipikal antara pemakai dengan sistem melewati narasi mengenai bagaimana sistem tersebut dipakai. [8].



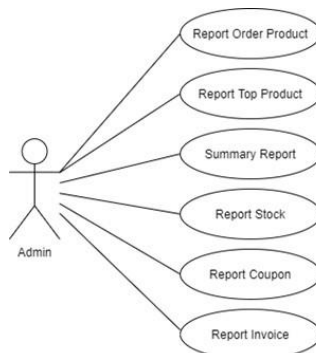
**Gambar 5.** Use Case Diagram Master

**Gambar 5.** Use Case Diagram Master menggambarkan interaksi antara aktor dengan use case. Ketika aktor pelanggan melakukan registrasi serta sistem menjalankan notifikasi registrasi ke aktor palanggan serta melakukan login pada sistem.



**Gambar 6.** Use Case Diagram Transaksi

Use case terhadap gambar 6. Merupakan diagram transaksi, menggambarkan interaksi antara aktor dengan use case. Saat aktor pelanggan menambahkan produk ke keranjang, melakukan pemesanan produk serta sistem menjalankan notifikasi pesanan yang terhubung dengan aktor admin dan pelanggan, konfirmasi pembayaran serta sistem menjalankan notifikasi konfirmasi pembayaran yang terhubung dengan aktor admin, dan melacak pesanan pada sistem.



**Gambar 7.** Use Case Diagram Laporan

**Gambar 7.** ialah bentuk diagram *use case* Laporan menggambarkan interaksi antara aktor dengan use case. laporan yang terdiri dari report order product, report top product, summary report, report stock, report coupon dan report invoice

### 3.4 Rancangan Layar

Show :

All Product

Product/ Variation	SKU	Status	Stock
<<Display Product>>	<<Display SKU>>	<<Display>>	<<Display>>
<<Display Product>>	<<Display SKU>>	<<Display>>	<<Display>>
<<Display Product>>	<<Display SKU>>	<<Display>>	<<Display>>
<<Display Product>>	<<Display SKU>>	<<Display>>	<<Display>>

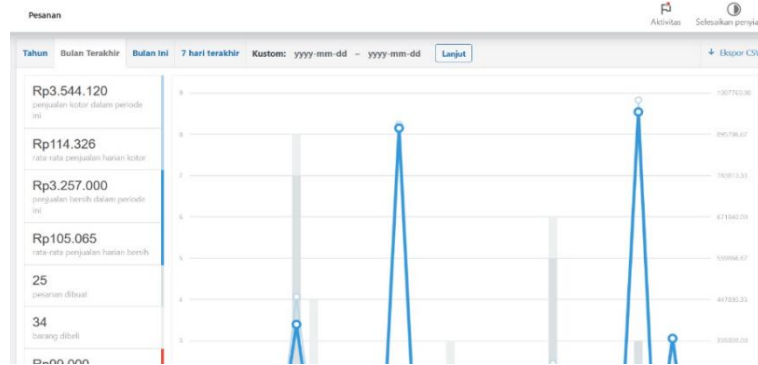
**Gambar 8.** Rancangan layar laporan *stock*

Bagian **gambar 8.** Pada rancangan layar laporan stock merupakan informasi detail mengenai jumlah dan ketersediaan barang di gudang. Tujuannya ialah untuk mengetahui laporan persediaan barang yang harus ditambah, membaca pertumbuhan pasar, dan meminimalisasi fraud sehingga memudahkan owner dalam proses *restock*

PRODUCT NAME	PRODUCT QUANTITY	LINE TOTAL
<<Display Product>>	<<Display Quantity>>	<<Display Total>>
<<Display Product>>	<<Display Quantity>>	<<Display Total>>
<<Display Product>>	<<Display Quantity>>	<<Display Total>>

**Gambar 9.** Rancangan layar top produk

**Gambar 9.** Rancangan layar Top Produk berguna untuk menampilkan laporan product yang paling banyak terjual sehingga dapat mempermudah owner untuk memilah dan menstock barang apa saja yang laris terjual sehingga meminimalisir kerugian



Gambar 10. Rancangan layar catatan penjualan

Bagian gambar 10. Rancangan layar catatan penjualan merupakan media informasi yang berisikan data penjualan yang terjadi. Data yang terdapat dalam laporan penjualan digunakan oleh owner sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan untuk pengambilan keputusan. Hal ini dapat mengatasi kesalahan dalam pencatatan laporan

Produk	Jumlah	Harga
Mic kabel Beta 58 KREZT Original	1	Rp220,000
Terima kasih telah berbelanja di Toko setia jaya supplier		
<b>Subtotal:</b>		Rp220,000
<b>Pengiriman:</b>		Rp15,000 via Tarif tetap
<b>Metode pembayaran:</b>		Transfer Bank Langsung
<b>Total:</b>		Rp235,000

Gambar 11. Rancangan layar pembayaran yang terjadi

Pada Gambar 11. Rancangan layar pembayaran setelah pelanggan mengisi field. Pelanggan akan menerima konfirmasi pembayaran melalui email berupa barang apa saja yang dibeli dan total pembayaran nya.

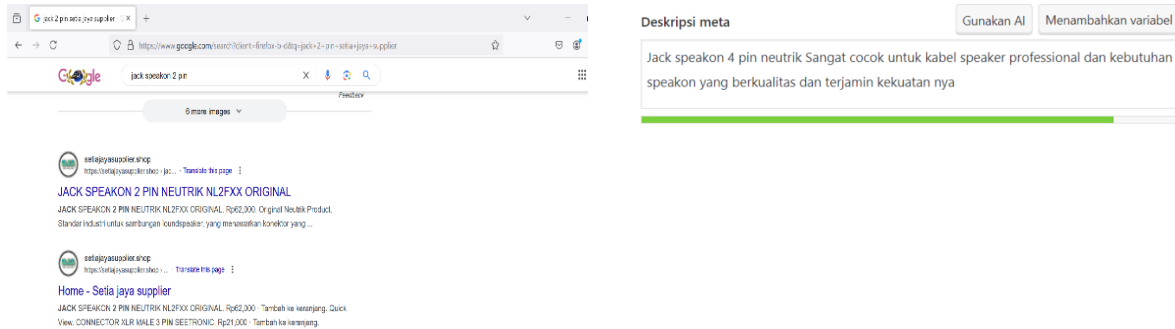
Pesanan	tanggal	Status	total	Shipment Tracking	Shipment status	Asal	Invoice
#5164 ABSB AKIASL	1 Agu 2024	Dibatalkan	Rp71.000	-	-	Langsung	
#5162 anggi putri	29 Jul 2024	Shipped	Rp342.000	Wahana 63876518891	Pre Transit July 29, 2024 2:12 am Track	Langsung	6162
#5141 helmy fais	27 Jul 2024	Sedang dipros...	Rp19.000	-	-	Langsung	6141
#5140 helmy fais	27 Jul 2024	Sedang dipros...	Rp169.000	-	-	Langsung	6140
#5139 Anggita Hadi	27 Jul 2024	Delivered	Rp600.000	JNE Express 144455555	Pre Transit July 27, 2024 2:43 am Track	Langsung	6139
#5138 ahmad ahmad	26 Jul 2024	Delivered	Rp75.120	JNE Express 12121111115	Pre Transit July 27, 2024 1:56 am Track	Langsung	6138

Gambar 12. Data pemesanan pelanggan

Gambar 12. berisikan status pesanan, kode unik, produk yang dipesan, alamat penerima dan pengirim. Lalu admin dapat melihat pesanan pembeli di tools woocommerce order dalam akun admin. Setelah barang sudah dikemas dan siap kirim admin akan membuat jadwal pengiriman serta mengubah status pesannya

### 3.5 Strategi Search Engine Optimization (SEO)

SEO ialah taktik menaikkan visibilitas laman *website* secara alami. Dengan artian SEO ialah rangkaian proses yang dilaksanakan secara sistematis yang tujuannya menaikkan kadar trafik kedatangan melewati mesin pencari mengarah situs *website* tertentu.[8]

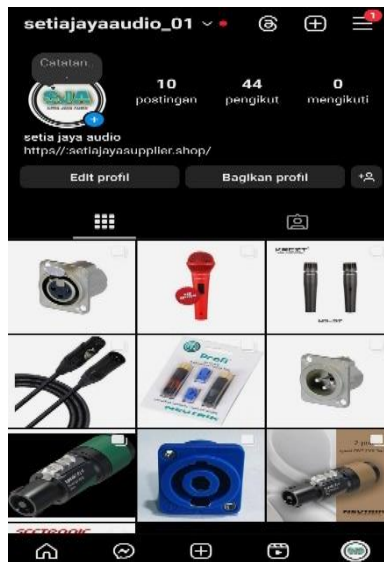


**Gambar 13.** Penerapan deskripsi meta dan hasil pencarian pada mesin pencari

Pada **gambar 13**, Deskripsi meta produk merupakan isian dari konten produk yang ditampilkan. Dengan mengisi deskripsi meta produk maka seluruh produk akan menampilkan informasi mengenai produk yang dijual sehingga kata kunci tersebut dapat muncul di halaman mesin pencari. Mengoptimasi kata kunci di *website* merupakan upaya untuk mengoptimalkan situs *website* Toko Setia Jaya Audio, menggunakan *plugin Yoast Seo* yang ada pada tools CMS *Wordpress* serta dihubungkan dengan *google console*. Hasil pencarian di mesin pencari google menggunakan kata kunci "Jack speakon 2 pin". Yang dilakukan pada tanggal 8 juli 2024 tampil di halaman mesin pencari google

### 3.6 Strategi Marketing

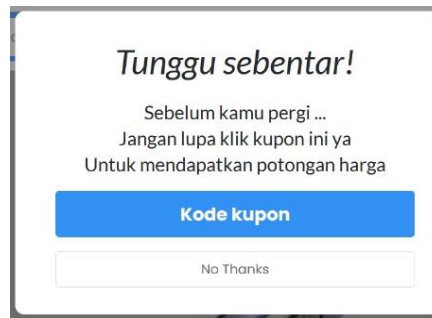
Strategi *marketing* yang digunakan guna melakukan promosi yaitu melalui media sosial (Instagram) berfokus pada postingan produk serta *story* serta kupon potongan harga.



**Gambar 14.** Strategi promosi melalui Instagram

**Gambar 14**. Merupakan postingan yang telah dilakukan guna mempromosikan produk, strategi yang dipakai dalam media promosi ialah waktu memposting *product* : seperti pagi ketika memulai kegiatan, siang saat jam makan siang, serta malam sebelum tidur. Dalam pemasaran *product* memakai *instagram story*, toko menampilkan informasi postingan baru, testimoni pembeli, *conten* survei, juga *conten* tanya jawab. Strategi ini bisa memikat minat pembeli guna mengunjungi profil akun





Gambar 15. Strategi potongan harga

**Gambar 15.** Penerapan strategi pemasaran *E-Commerce* ialah menggunakan pendekatan strategi *marketing* 4P namun yang digunakan hanya *price* serta *promotion* saja. Strategi potongan harga yang dilakukan ialah dengan pemberian kupon kepada pelanggan dengan nominal tertentu.

#### 4. KESIMPULAN

Cara untuk menunjang layanan penjualan pada Toko Setia Jaya Audio dengan pembuatan *website e-commerce* dilengkapi fitur yang dapat menarik pembeli dengan cara memberikan promosi berupa pemberian diskon, pemberian *kupon* sehingga dapat menarik minat pembeli untuk membeli produk pada toko setia jaya audio. Dengan web yang sudah ter *index google* peluang mendapatkan pesanan lebih besar karena pencarian produk oleh pembeli sudah otomatis mesin *google* akan merekomendasikan produk Toko Setia Jaya Audio pada halaman pertama. Dilengkapi juga dengan laporan-laporan yang dibutuhkan pemilik toko meliputi catatan penjualan, stok produk serta pembayaran yang terjadi.

Berikutnya bisa dikembangkan fitur *e-commerce* dari fitur yang sudah ada dapat mempermudah pembeli, selalu meningkatkan keamanan *website*, dan kinerja *website*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Pranitasari, Diah, and Ahmad Nurafif Sidiq. 2021. "Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality Dan Kartesius." *Jurnal Akuntansi dan Manajemen (JAM)* 18(02): 12–31.
- [2] Anggraeni, Elisabet Yunaeti, and Rita Irviani. 2017. *Pengantar Sistem Informasi*. Yogyakarta: ANDI.
- [3] Surya, Permadi. 2017. "PERANCANGAN APLIKASI E-JOURNAL ON-LINE LPPM UNIVERSITAS BOROBUDUR MENGGUNAKAN CMS OJS." *JUPITER-Jurnal Penerapan Ilmu-Ilmu Komputer* 3(2): 1–8.
- [4] Permatasari, Putri Indah, and Masruchin. 2022. "Analisa Proses Bisnis Dan Model 62 Bisnis Pada Platform E-Commerce Syariah Salamin.Id." *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 5(1): 171–80.
- [5] A. S., Rosa, and M Shalauddin. 2018. *Rekayasa Perangkat Lunak : Terstruktur Dan Berorientasi Objek Edisi Revisi*. Bandung: INFORMATIKA.
- [6] Afriansyah, Dhimas Adhinar, Donna Setiawati, and Arief Rais Bahtiar. 2022. "Rancang Bangun Website E-Commerce Di Toko Sean Shoes Menggunakan Metode Rapid Application Development." *JITU : Journal Informatic Technology And Communication* 6(1): 1–8.
- [7] Permatasari, Putri Indah, and Masruchin. 2022. "Analisa Proses Bisnis Dan Model 62 Bisnis Pada Platform E-Commerce Syariah Salamin.Id." *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 5(1): 171–80.
- [8] Pramudita, Yoga Dwitya, Huzaini, and Firdaus Solihin. 2019. "PENERAPAN METODE SEO ON PAGE DAN OFF PAGE PADA WEB PENJUALAN ONLINE UNTUK MENINGKATKAN RANKING SERP." *Jurnal Ilmiah NERO* 4(2): 125–33.
- [9] Sunarsasi, and Nanang Rudi Hartono. 2020. "STRATEGI PEMASARAN USAHA KECIL MENENGAH DI KABUPATEN BLITAR (Studi Pada UKM Cap Kuda Terbang Bu Sulasmi)." *JURNAL TRANSLITERA* 9(1): 22–31.
- [10] Sakti, Yuni Krida, Indah Apriliana Sari W, and Diana Zuhroh. 2020. "Analisis Faktor-Faktor Penyebab Terhambatnya Perkembangan Umkm Sentra Ikan Bulak ( SIB ) Kenjeran Dengan Pendekatan Metode Fishbone Diagram." *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* 1: 92–99.