

PENGEMBANGAN WEBSITE *E-COMMERCE* UNTUK PEMASARAN DAN MANAJEMEN TRANSAKSI PADA TOKO GO SPORT

Muhammad Irfan Malik^{1*}, Atik Ariesta²

¹Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

²Manajemen Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

Email: ^{1*}irfaanmalik48@gmail.com, ²atik.ariesta@budiluhur.ac.id

(* : corresponding author)

Abstrak-Toko GO Sport adalah sebuah toko fisik yang menjual berbagai macam kebutuhan produk olahraga dari *brand* Ortuseight. Namun, saat ini toko masih menggunakan sistem konvensional di mana konsumen harus datang langsung ke toko untuk melakukan transaksi pembelian produk. Kendala yang dihadapi saat ini oleh Toko GO Sport meliputi pengendalian stok yang tidak efisien, kesulitan dalam membuat laporan penjualan, serta kurangnya bukti transaksi jual beli karena pemilik toko mencatat transaksi pembelian, laporan hasil penjualan harian, dan bulanan menggunakan *notes* pada *device smartphone*. Selain itu, pada sisi pemasaran toko ini hanya mengandalkan promosi melalui media sosial seperti *update timeline* serta *story Facebook*. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dibutuhkan sebuah sistem untuk menunjang dari sisi pemasaran, dokumentasi transaksi serta pembuatan laporan penjualan dengan mengimplementasikan *e-commerce* berbasis *website*. Penelitian menggunakan *Fishbone Diagram* untuk mengidentifikasi masalah yang sedang dihadapi pada Toko GO Sport dan *Business Model Canvas* (BMC) digunakan untuk menganalisis model bisnis yang diperlukan Toko GO Sport, serta penggunaan *use case diagram* untuk perancangan sistem *e-commerce*. Website yang dirancang menggunakan *Content Management System* (CMS) *WordPress* dan *plugin Woocommerce*, website *e-commerce* membantu pemilik toko dalam mempromosikan toko melalui teknik *Search Engine Optimization* (SEO). Hasil penelitian adalah *Website e-commerce* yang dikembangkan dapat memberikan informasi yang *real-time* dan lebih akurat dari kendala yang dihadapi sebelumnya pada Toko GO Sport mengenai stok ketersediaan produk, membantu proses pemasaran penjualan *online* dengan pemanfaatan SEO, memudahkan proses dokumentasi manajemen transaksi untuk pembuatan laporan penjualan secara berkala pada Toko GO Sport.

Kata Kunci: *Website, E-commerce, Content Management System, Business Model Canvas, Search Engine Optimization*

DEVELOPMENT OF AN *E-COMMERCE* WEBSITE FOR MARKETING AND TRANSACTION MANAGEMENT AT GO SPORT STORE

Abstract-*GO Sport Store is an offline retail shop that sells various sports products from the Ortuseight brand. However, currently, the store still operates under a conventional system where customers need to visit the store in person to make product purchases. The current challenges faced by GO Sport Store include inaccurate control of product availability stock, difficulties in generating sales reports, and a lack of transaction evidence due to the store owner recording purchase transactions, daily sales reports, and monthly records using notes on a smartphone device. Furthermore, on the marketing side, this store relies solely on promotions through social media platforms such as Facebook updates and stories. Therefore, this research aims to develop a system that supports marketing efforts, transaction documentation, and sales reporting by implementing a website-based e-commerce solution. The Fishbone Diagram is used to identify the problems currently experienced by GO Sport Store, and the Business Model Canvas (BMC) is employed to analyze the necessary business model for the store. Additionally, a use case diagram is utilized for the design of the e-commerce system. The designed website employs the Content Management System (CMS) WordPress and the Woocommerce plugin. This e-commerce website assists the store owner in promoting the shop through Search Engine Optimization (SEO) techniques. The research results in the development of an e-commerce website that provides real-time and more accurate information compared to the previous challenges faced by GO Sport Store regarding product availability stock. It aids in the online sales marketing process through SEO utilization and streamlines the transaction documentation process for periodic sales reporting at GO Sport Store.*

Keywords: *Website, E-commerce, Content Management System, Business Model Canvas, Search Engine Optimization*

1. PENDAHULUAN

Teknologi informasi adalah bentuk teknologi yang dimanfaatkan untuk menyalurkan, menyimpan, mengubah, dan menggunakan informasi menggunakan suatu media elektronik. Dengan adanya pemanfaatan

teknologi informasi ini kecil maupun menengah dapat memasuki pasar yang lebih luas baik untuk pengadaan maupun penjualan barang. Pemanfaatan *e-commerce* dapat dimanfaatkan untuk perusahaan kecil sehingga dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi [1]. Saat ini pertumbuhan *e-commerce* cukup signifikan karena gaya masyarakat yang mulai bergeser dari belanja *offline* menjadi cenderung berbelanja *online* [2].

Toko GO Sport adalah sebuah toko fisik *flagship* dari *brand* Ortuseight yang berada di Provinsi Gorontalo yang menjual berbagai macam kebutuhan produk olahraga dari *brand* Ortuseight. Toko GO Sport menjual produknya secara konvensional di toko dan dalam proses promosi hanya dilakukan satu saluran melalui *Facebook*, yang dapat menghasilkan target pasar yang terbatas. Berdasarkan hasil wawancara, Toko GO Sport menghadapi kesulitan dalam mengontrol stok produk, membuat laporan penjualan, dan tidak adanya bukti transaksi jual beli, karena masih menggunakan *notes smartphone* untuk melakukan pencatatan segala aktivitas transaksi jual dan beli ditoko.

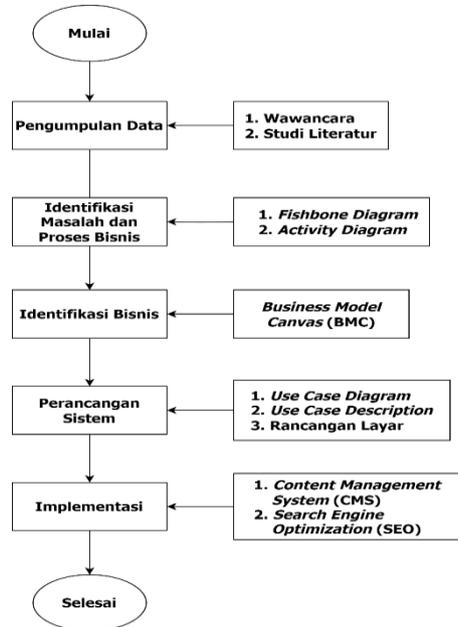
Referensi dalam penelitian ini menggunakan studi literatur. Pada penelitian [3] menjelaskan bahwa *website* dalam bentuk *e-commerce* sudah merupakan kebutuhan dari suatu bisnis untuk mengembangkan usaha karena memiliki berbagai manfaat. Penelitian [4] ingin mengetahui permasalahan dalam memasarkan dan mempromosikan hasil kerajinan kain tenun tradisional Suku Sasak dengan cara menguraikan *factor* penyebab dengan menggunakan *fishbone diagram*. Penelitian [5] menyimpulkan dengan adanya fitur yang disediakan pada *e-commerce* dapat mempermudah pelanggan dalam mendapatkan informasi dan melakukan proses transaksi yang tidak terbatas oleh waktu dan admin dapat melihat secara berkala transaksi yang terjadi. Penelitian [6] menggunakan *Business Model Canvas* untuk dalam upaya pembenahan, perubahan bisnis model dan kinerja agar lebih produktif. *Content Management System* yang bertujuan mempercepat pengembangan, memasarkan produk kreatif secara luas dan tingkatkan keuntungan penjualan. Penelitian [7] memiliki permasalahan, pemilik toko masih menggunakan sistem pencatatan kertas untuk laporan. Dengan adanya fitur cetak laporan penjualan pada sistem *E-commerce* maka mempermudah admin dan pemilik toko dalam merekapitulasi laporan.

Permasalahan yang terjadi dan juga penelitian sebelumnya yang sudah pernah dilakukan maka Toko GO Sport membutuhkan sebuah sistem informasi yang mampu menyelesaikan kesulitan tersebut dengan merancang *website e-commerce* berbasis *Content Management System (CMS)*. *CMS* adalah perangkat lunak atau sistem yang digunakan untuk membuat dan mengatur konten digital [8]. Peneliti menggunakan metode *Fishbone Diagram* untuk mengetahui dan mempermudah dalam menganalisa masalah pada proses bisnis berjalan, *Business Model Canvas (BMC)* untuk menganalisis, merancang, dan menggambarkan model bisnis, Diagram UML untuk perancangan sistem *e-commerce*, *Content Management System (CMS) WordPress* dan *plugin Woocommerce* untuk membuat, mengelola, dan mempublikasikan konten di *website e-commerce* serta menggunakan teknik *Search Engine Optimization (SEO)*. *Search Engine Optimization (SEO)* merupakan teknik untuk mempengaruhi visibilitas situs web atau halaman web didalam sistem pencari yang bertujuan untuk meningkatkan volume dan kualitas trafik kunjungan melalui mesin pencari [9].

Penelitian ini bertujuan untuk merancang sistem *e-commerce* agar konsumen dapat mudah mengetahui informasi produk dan melakukan transaksi produk secara *online*, mempermudah proses promosi dan pemasaran produk, dan membantu pemilik toko dalam mengelola ketersediaan produk serta membantu dalam pembuatan dokumentasi transaksi dan laporan secara berkala. Penelitian ini diharapkan dapat membantu Toko GO Sport dalam proses transaksi penjualan dan kinerja toko lebih efisien.

2. METODE PENELITIAN

Gambar 1 adalah langkah-langkah penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan diagram alir.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Gambar 1 adalah Tahapan penelitian yang peneliti lakukan. Tahapan penelitian dimulai dengan melakukan pengumpulan data melalui pemilik toko, setelah pengumpulan data terpenuhi lalu peneliti akan mengidentifikasi masalah dan proses bisnis yang terjadi pada Toko GO Sport, setelah itu peneliti mengidentifikasi bisnis pada Toko GO Sport, lalu melakukan perancangan sistem yang akan diimplementasikan pada tahapan terakhir.

2.1 Pengumpulan Data

Pada tahap ini, digunakan beberapa metode dalam melakukan penelitian untuk mengidentifikasi masalah serta kebutuhan bisnis pada Toko GO Sport metode pertama adalah wawancara, metode ini dilakukan dengan cara menyiapkan beberapa pertanyaan secara lisan melalui telepon untuk diajukan kepada pemilik Toko GO Sport dan akan dicatat dalam bentuk ketikan notepad oleh peneliti. Metode kedua peneliti melakukan pengumpulan studi literatur, metode ini dilakukan dengan cara pencarian data-data yang diperoleh dari berbagai buku, jurnal dan publikasi ilmiah untuk melengkapi dalam pembuatan laporan yang terkait dengan topik bahasan objek Toko GO Sport.

2.2 Identifikasi Masalah dan Proses Bisnis

2.2.1 Analisis Masalah

Pada tahap ini peneliti menggunakan metode *fishbone diagram* untuk mengetahui akibat dari suatu masalah, dicari beberapa kemungkinan penyebabnya, kemudian selanjutnya diambil tindakan. Dalam membuat *fishbone diagram* dilakukan beberapa tahap cara pengerjaannya, yaitu identifikasi masalah penelitian, penentuan kategori-kategori, identifikasi dan analisis faktor penyebab, pembuatan *fishbone diagram*.

2.2.2 Proses Bisnis Berjalan

Pada tahap ini *activity diagram* membantu dalam memahami alur proses bisnis yang ada pada Toko GO Sport secara visual dan bagaimana suatu sistem atau proses bekerja. Cara pengerjaan pembuatan *activity diagram* peneliti melakukan identifikasi aktivitas-aktivitas yang relevan dengan proses atau aliran kerja yang telah diamati dalam tahap pengumpulan data. Kemudian peneliti menggunakan *tools draw.io* untuk gambar diagram utama yang mencakup alur aktivitas utama dari awal hingga akhir. Deskripsi *activity diagram* yang telah disusun dengan mencakup setiap aktivitas yang dilakukan, termasuk langkah-langkah yang perlu dilaksanakan..

2.3 Identifikasi Bisnis

Penggunaan metode *Business Model Canvas* (BMC) merupakan tahapan terakhir setelah mendapatkan data dari metode yang dilakukan sebelumnya dengan cara membuat kerangka bisnis yang berjalan sebagai proses dalam menganalisa model pengembangan bisnis untuk kebutuhan pada Toko Go Sport. BMC ini memiliki ciri khas dengan 9 blok model yang jika disatukan akan menjadi satu kesatuan bisnis, yaitu : *customer segments, value propositions, channels, customer relationship, revenue streams, key resources, key activities, key partnership, cost structure* [10].

2.4 Perancangan Sistem

Pada tahap ini peneliti merancang dan mendesain sistem yang dibuat setelah mendapatkan data dari tahapan yang dilakukan sebelumnya dengan menggunakan salah satu diagram pada *Unified Modeling Language* (UML) yaitu *use case diagram*. *Use case diagram* untuk menggambarkan interaksi antara aktor dengan sistem yang sedang dianalisis dan *use case description* untuk mendeskripsikan secara detail apa yang terjadi dalam setiap skenario *use case diagram* ditahap ini peneliti menggunakan *tools draw.io* untuk membuatnya. Selain itu juga peneliti menggunakan *tools figma* sebagai rancangan layar *website* berdasarkan *use case diagram* yang telah dibuat untuk *e-commerce* pada Toko GO Sport agar lebih mudah dalam tahap implementasi.

2.5 Implementasi

2.5.1 Content Management System (CMS)

Pada tahap ini dilakukan pengimplementasian sistem setelah melakukan tahapan perancangan. Implementasi sistem ini menggunakan *WordPress* sebagai *Content Management System* (CMS) serta menambahkan *plugin* yang dibutuhkan dalam membuat *e-commerce* pada Toko Go Sport. Selain itu juga menggunakan *MySQL* untuk mengelola database.

2.5.2 Search Engine Optimization (SEO)

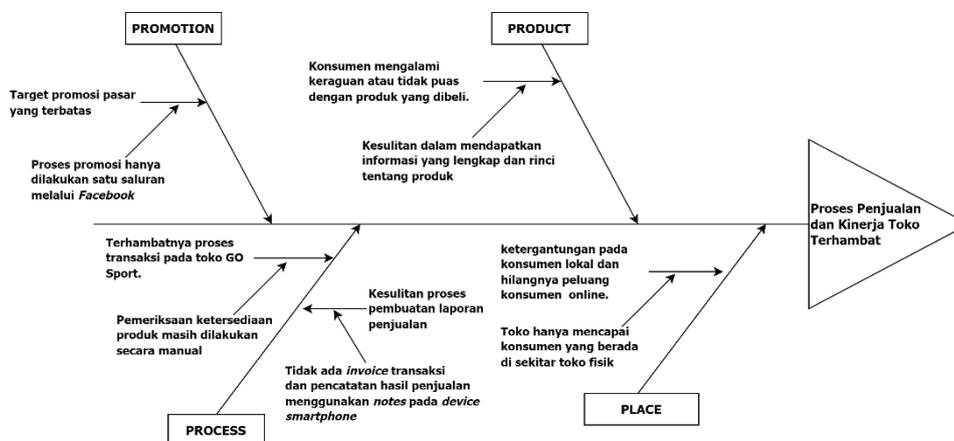
Teknik SEO yang digunakan pada website yaitu:

- Teknik *On-Page SEO* yang bertujuan untuk meningkatkan *traffic* atau pengunjung *website* Toko GO Sport dengan melakukan strategi supaya *website e-commerce* dapat terlihat dihalaman pertama mesin pencarian. Cara yang dilakukan yaitu dengan cara pemilihan kata kunci suatu produk, lalu optimalisasi judul halaman dengan cara memilih judul halaman singkat, deskriptif, dan memikat untuk meningkatkan visibilitas SEO menjadi hijau. Setelah itu memilih deskripsi *meta tag* yang relevan, *URL* yang singkat dan mengandung kata kunci, dan memilih konten media yang akan diunggah dengan optimal dan berkualitas.
- Teknik *Off-Page SEO* yang dilakukan dari luar *website*, seperti mempromosikan situs web ke akun media sosial Toko GO Sport seperti memasukkan *link* tautan *website e-commerce* pada *Instagram, Facebook* dan *Whatsapp*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisa Masalah dan Proses Bisnis Berjalan

3.1.1 Analisa Masalah



Gambar 2. Fishbone Diagram Toko GO Sport

Gambar 2 merupakan *fishbone diagram* dari Toko Go Sport. Peneliti menggunakan Kategori 8P pada Toko GO Sport untuk pembuatan fishbone diagram tetapi didapat permasalahan pada 4 faktor. *Promotion*, proses

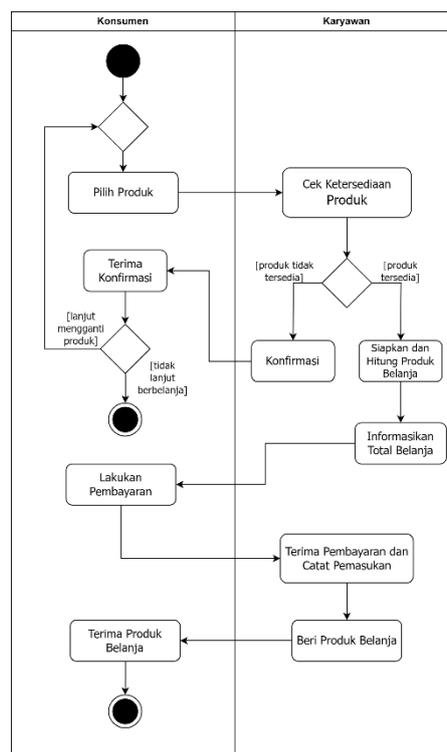
promosi produk hanya dilakukan satu saluran melalui *Facebook*, yang dapat menghasilkan target pasar yang terbatas. *Product*, konsumen mengalami kesulitan dalam mendapatkan informasi yang lengkap dan rinci tentang produk, termasuk spesifik material produk, mengakibatkan konsumen mengalami keraguan atau tidak puas dengan produk yang dibeli. *Process*, pemeriksaan ketersediaan produk masih dilakukan secara manual yang dapat memperlambat proses transaksi pada toko *GO Sport*, tidak ada *invoice* transaksi dan pencatatan hasil penjualan harian dan bulanan menggunakan *notes* pada *device smartphone* mengakibatkan kesulitan pembuatan laporan penjualan. *Place*, toko hanya mencapai konsumen yang berada di sekitar toko fisik, mengakibatkan ketergantungan pada konsumen lokal dan hilangnya peluang bisnis dari konsumen yang lebih memilih pembelian *online*.

3.1.2 Proses Bisnis berjalan

Activity diagram menggambarkan proses bisnis berjalan dari yang ada pada Toko *GO Sport*. Gambar 3, Gambar 4, Gambar 5 adalah *activity* proses bisnis berjalan pada Toko *GO Sport*.

a. Proses Bisnis Penjualan Produk

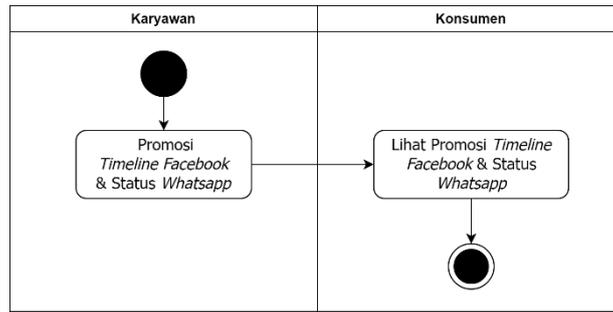
Gambar 3 adalah *activity diagram* untuk proses bisnis penjualan produk. Proses bisnis ini Konsumen akan memilih produk yang ada diastalase toko lalu penjual akan mengecek ketersediaan produk yang dipilih Konsumen, setelah Karyawan mengecek ketersediaan produk yang Konsumen inginkan. Jika produk tidak tersedia maka Karyawan akan mengkonfirmasi kepada Konsumen dan Konsumen dapat lanjut mengganti produk yang lainnya atau tidak lanjut berbelanja untuk melakukan transaksi. Namun jika produk tersedia maka Karyawan akan menyiapkan produk dan hitung total belanjaan Konsumen. Lalu Penjual akan menginformasikan total belanjaan produk kepada Konsumen. Setelah itu Konsumen akan menerima informasi dan melakukan pembayaran sesuai dengan total belanjaan. Setelah penjual menerima pembayaran dan mencatat hasil penjualan harian, Karyawan akan memberikan produk belanjaan kepada Konsumen dan Konsumen akan menerima produk belanjaan dari Karyawan.



Gambar 3. Activity Diagram Proses Bisnis Penjualan Produk

b. Proses Bisnis Promosi

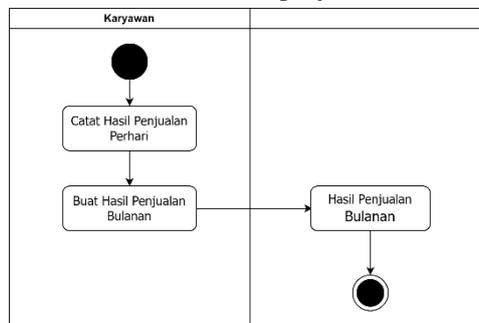
Gambar 4 adalah *activity diagram* untuk proses bisnis promosi. Proses bisnis promosi, Karyawan akan melakukan promosi produk melalui *upload timeline* dan *story Facebook* dan *Whatsapp*, lalu konsumen akan melihat promosi melalui platform tersebut.



Gambar 4. Activity Diagram Proses Bisnis Promosi

c. Proses Bisnis Pembukuan Keuangan

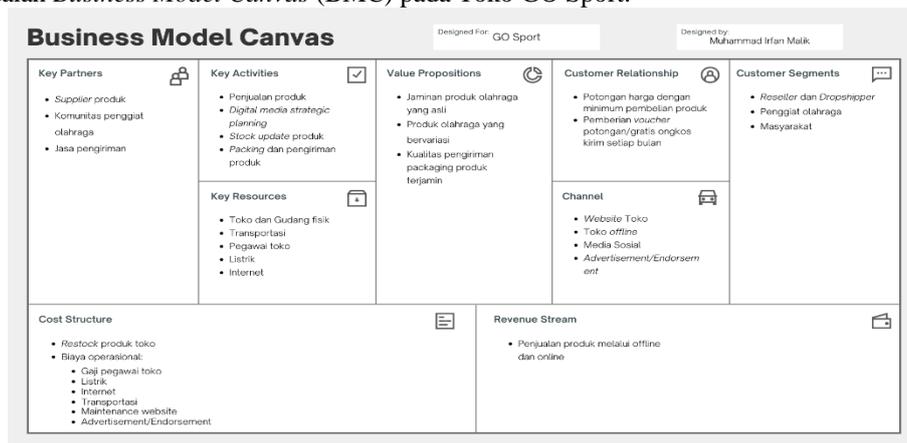
Gambar 5, Dalam proses bisnis pembukuan Karyawan akan mencatat hasil penjualan setiap hari, lalu dalam hasil penjualan setiap hari Karyawan akan melakukan membuat catatan hasil penjualan bulanan pada *notes* di *device smartphone* lalu pemilik usaha akan menerima hasil penjualan bulanan tersebut.



Gambar 5. Activity Diagram Proses Bisnis Pembukuan Keuangan

3.2 Pemodelan Bisnis

Business Model Canvas (BMC) menggambarkan pemodelan bisnis yang dibuat pada Toko GO Sport. Berikut ini adalah *Business Model Canvas* (BMC) pada Toko GO Sport:



Gambar 6. Business Model Canvas Toko GO Sport

Gambar 6, menjelaskan bahwa *Business Model Canvas* merangkum proses bisnis pada Toko GO Sport yang terdiri dari 9 blok model. *Value Proposition*, memperkirakan keunggulan produk apa yang ditawarkan dan bagaimana hal tersebut memberikan nilai tambah kepada konsumen Toko GO Sport. *Customer Relationship*, menentukan bagaimana Toko GO Sport memiliki hubungan dengan baik antara sektor usaha dengan konsumen. *Customer Segment*, menentukan kelompok konsumen yang menjadi target pasar Toko GO Sport, pengelompokan konsumen dapat dibagi melalui berbagai macam kategori; demografi, geografi, psikografi, dan lainnya. *Channel*, cara Toko GO Sport untuk tentukan saluran distribusi atau cara menyampaikan produk kepada

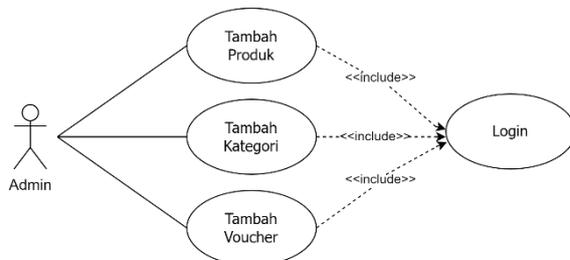
konsumen. *Key Resources*, merupakan sumber daya utama apa saja yang diperlukan untuk mendukung aktivitas dan operasional Toko GO Sport. *Key Activities*, menentukan aktivitas utama yang perlu dilakukan untuk mengoperasikan Toko GO Sport dengan lancar. *Key Partners*, mengidentifikasi dan catat siapa saja mitra atau pihak luar yang berperan penting dalam menjalankan aktivitas bisnis pada Toko GO Sport. *Cost Structure*, struktur biaya yang terkait dengan operasional bisnis, termasuk biaya produksi, distribusi, pemasaran, dan lainnya pada Toko GO Sport. *Revenue Stream*, representasi dari jalur pendapatan uang pada Toko GO Sport yang akan diterima dari setiap *customer segment*.

3.3 Perancangan Sistem

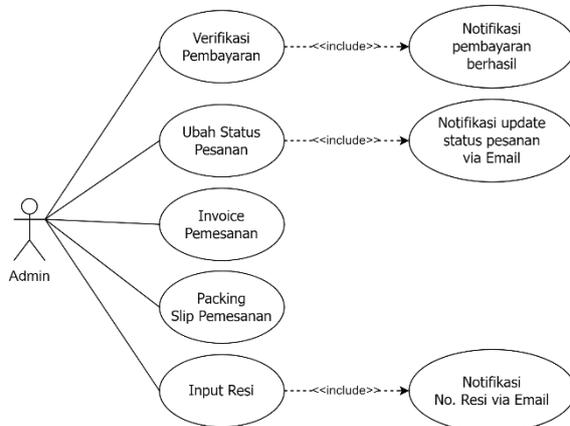
Use Case Diagram menggambarkan secara garis besar interaksi yang terjadi antara pengguna (*user*) dengan sistem [11]. *Use Case Diagram* pada Toko GO Sport dibagi menjadi dua sisi yaitu: *Use Case Diagram Admin* dan *Use Case Diagram Konsumen*.

3.3.1 Use Case Diagram Admin

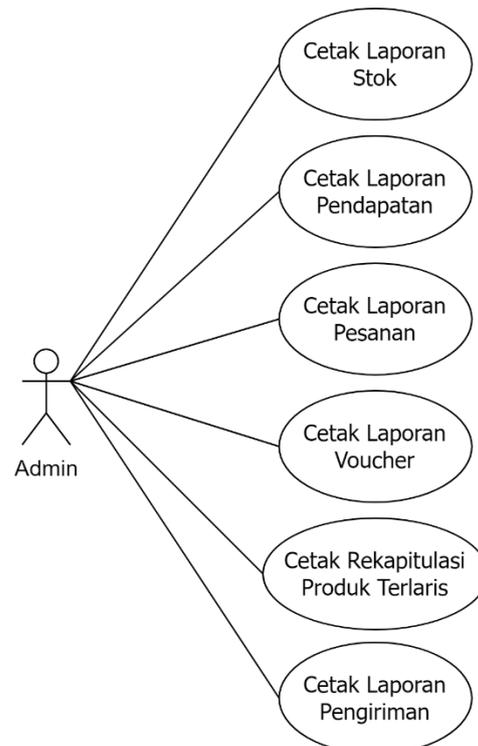
Pada *use case* ini dibagi menjadi 3, yaitu master (Gambar 7), transaksi (Gambar 8), dan laporan (Gambar 9). Gambar 7 sisi *user* admin ini mempunyai beberapa aktivitas tambah produk, tambah kategori, tambah voucher. Gambar 8 menjelaskan admin dapat melakukan verifikasi pembayaran, ubah status pesanan, membuat *invoice* pemesanan, membuat *packing slip* pemesanan, dan *input* resi. Gambar 9 admin dapat melakukan cetak laporan stok, pendapatan, pesanan, voucher, rekapitulasi produk terlaris, dan pengiriman.



Gambar 7. Use Case Master Admin



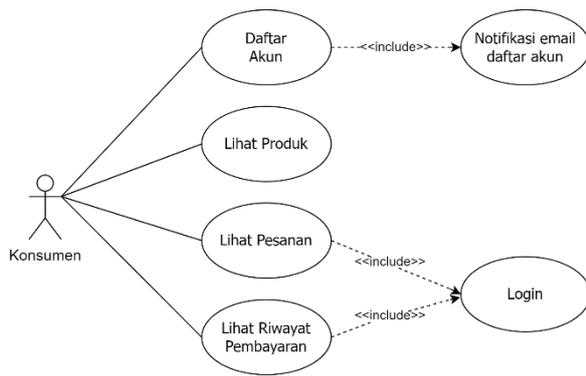
Gambar 8. Use Case Transaksi Admin



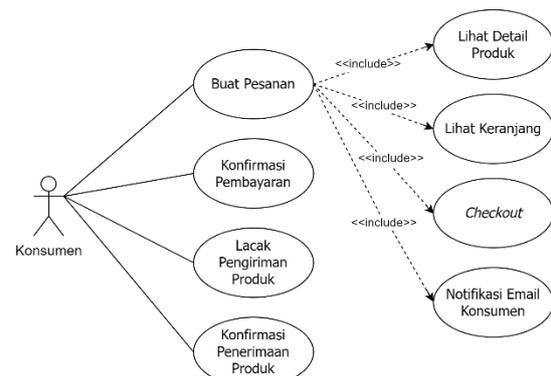
Gambar 9. Use Case Laporan Admin

3.3.2 Use Case Diagram Konsumen

Pada *use case* ini dibagi menjadi 2, yaitu master (Gambar 10) dan transaksi (Gambar 11). Pada Gambar 10 sisi *user* konsumen mempunyai aktivitas yang dapat dilakukan yaitu daftar akun, lihat produk, lihat pesanan, dan lihat riwayat pembayaran yang harus meliputi login. Pada Gambar 11 menjelaskan konsumen dapat buat pesanan yang meliputi lihat detail produk, lihat keranjang, *checkout*, melakukan konfirmasi pembayaran, lacak pengiriman produk yang dipesan, konfirmasi penerimaan produk yang telah diterima.



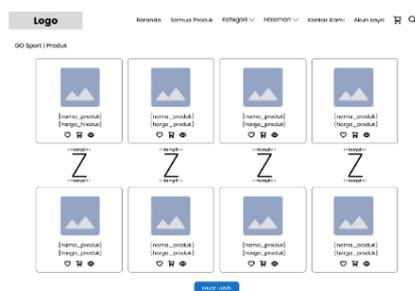
Gambar 8. Use Case Master Konsumen



Gambar 9. Use Case Diagram Transaksi Konsumen

3.3.3 UI/UX Design Front-end

Rancangan layar kegiatan transaksi konsumen di *website e-commerce* Toko GO Sport yang diusulkan terdapat pada Gambar 12 dan Gambar 13. Pada Gambar 12 merupakan halaman semua produk dimana konsumen dapat melihat produk dan informasi detail produk yang tersedia pada *website*. Gambar 13 menampilkan halaman transaksi pesanan yang akan menampilkan transaksi pesanan konsumen yang sudah dipesan ada pada *website* Toko GO Sport.



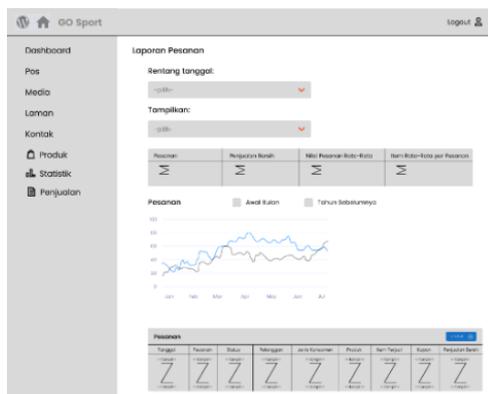
Gambar 10. Halaman Semua Produk



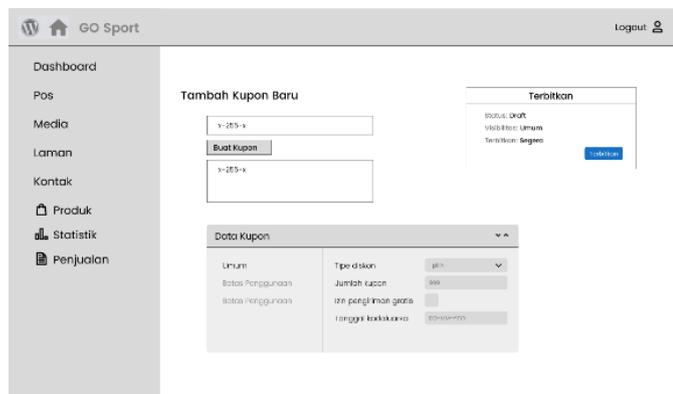
Gambar 11. Halaman Transaksi Pesanan

3.3.4 UI/UX Design Back-end

Rancangan layer pengelolaan *website e-commerce* pada Toko GO Sport yang hanya dapat diakses admin. Gambar 14 admin dapat melihat dan mencetak laporan transaksi pesanan yang dapat digunakan untuk analisa penjualan, inventaris produk, dan pelaporan keuangan. Gambar 15 admin dapat menggunakan tambah kupon sebagai pemasaran pada bisnis untuk menarik pelanggan baru dan meningkatkan penjualan.



Gambar 12. Halaman Laporan Pesanan



Gambar 13. Halaman Tambah Kupon

3.4 Implementasi

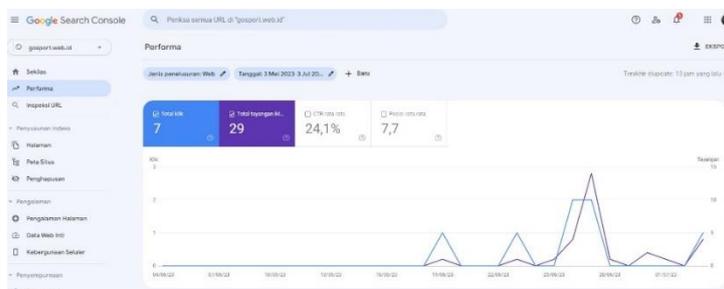
3.4.1 Content Management System (CMS)

Pada tahap ini dilakukan pengimplementasian sistem setelah melakukan tahapan perancangan. Implementasi sistem ini menggunakan *WordPress* sebagai *Content Management System (CMS)*. Adapun Langkah-langkah instalasi *Content Management System (CMS) WordPress*, Langkah pertama, pasang *CMS*

WordPress dengan mengakses *Softaculous Apps Installer* di *CPanel*, pilih *WordPress* dan klik tombol *install* untuk mengatur CMS pada platform hosting. Konfigurasi halaman *WordPress* dengan menyediakan judul situs, deskripsi situs, akun admin, dan mengelola database yang berbahasa *SQL*. Selanjutnya, pasang plugin *WooCommerce*, masuk ke menu plugin, klik "Tambah Baru," dan lalu instal plugin *WooCommerce* untuk mengubah CMS *WordPress* menjadi platform *e-commerce*. Sesuaikan halaman *e-commerce* dengan menambahkan logo, deskripsi toko, alamat, informasi kontak, menu, dan produk. Tingkatkan tampilan halaman *e-commerce* dengan menginstal tema yang sesuai. Pasang *plugin* tambahan: navigasikan ke menu *plugin*, klik "Tambah Baru," dan lakukan instalasi plugin berikut: *Elementor*, *Parcel Panel*, *Biteship*, *Yoast SEO*, *Confirm Payment*, *ElementsKit*, *WP Mail SMTP*, dan *Received Order for Customer*. *Plugin-plugin* ini meningkatkan fungsionalitas dan fitur *website e-commerce*, membuatnya lebih efisien dan ramah pengguna.

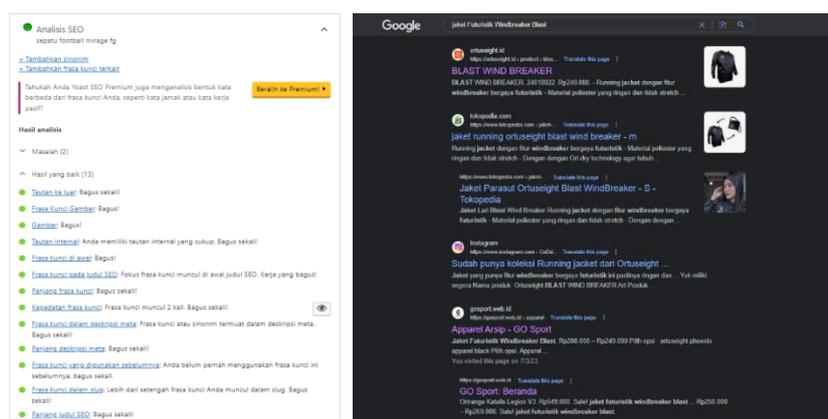
3.4.2 Search Engine Optimization (SEO)

Penerapan yang dilakukan yaitu dengan mengoptimasi halaman dan konten *website* agar dapat diindeks oleh mesin pencari. Tahapan yang dilakukan *SEO On-Page* dan *SEO Off-Page*. Optimasi *On-Page* yang dilakukan yaitu penerapan nama produk dengan maksimal 4 kata yang relevan, pembuatan deskripsi produk, gambar dan galeri produk, kategori, tag produk, dan membuat meta deskripsi. Optimasi *Off-Page* dengan cara *backlink website* pada media sosial Toko. Penggunaan *Yoast SEO* akan mengoptimasi *website* melalui pesan dan arahan terhadap konten yang sedang dibuat.



Gambar 14. Hasil Performa Website

Gambar 16 adalah hasil performa dari URL *website* Toko *gosport.web.id* selama 2 bulan sejak 3 Mei 2023 sampai 3 Juli 2023. Pada grafik di Gambar 16 terlihat bahwa *website* memperoleh hasil data total frekuensi pengguna mengklik *website* sebanyak 7 kali, total 29 tayangan frekuensi pengguna melihat *link* ke *website* di hasil penelusuran. Dengan persentase tayangan yang menghasilkan klik 24,1%.



Gambar 15. Hasil SEO

Gambar 17 merupakan penerapan SEO dan hasil dari *search engine google* yang dilakukan dengan kata kunci produk pada *website* Toko *GO Sport* yang dapat tampil pada halaman pertama *google*.

4. KESIMPULAN

Setelah analisis dan mempelajari pembahasan yang dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan bahwa sistem *e-commerce* yang dirancang dapat memperluas jangkauan pemasaran Toko GO Sport dengan memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi produk dan mendapatkan informasi yang lengkap mengenai produk yang dijual, termasuk ketersediaan stoknya yang lebih akurat secara *online*. Selain itu membantu pemilik toko untuk proses manajemen dokumentasi transaksi untuk pembuatan laporan penjualan secara berkala. Selanjutnya yang peneliti sarankan yaitu memberikan sosialisasi tentang *e-commerce* yang sekarang sudah dikembangkan ataupun perbaruan yang akan datang kepada teknisi operasional *website*. Hasil performa dari URL *website* Toko gosport.web.id selama 2 bulan sejak 3 Mei 2023 sampai 3 Juli 2023. Pada grafik *google console* di Gambar 16 terlihat bahwa *website* memperoleh hasil data total frekuensi pengguna mengklik *website* sebanyak 7 kali, total 29 tayangan frekuensi pengguna melihat *link* ke *website* di hasil penelusuran. Dengan persentase tayangan yang menghasilkan klik 24,1%. *Website* yang dirancang perlu dukungan dengan menggunakan objek promosi *Endorsement*, *Social Media Ads*, dan *Google Ads* agar dapat memperluas jangkauan pasar. Penelitian ini membahas tentang penjualan online produk olahraga. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan sesuai dengan permasalahan lain yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Darmawan, W. Puspitasari, and R. Andreswari, "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Peningkatan Pemasaran di UMKM Grosir Batik Tasikmalaya," *Charity*, vol. 2, no. 1, pp. 1–6, Sep. 2019, doi: 10.25124/charity.v2i1.2069.
- [2] N. Wahyuni, A. I. S. S. Mutaqin, and A. Gunawan, "Pengenalan Dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Untuk Pelaku UKM Wilayah Cilegon," *Jurnal Pengabdian Dinamika*, vol. 5, no. 1, 2018.
- [3] N. Zakaria and F. Annisa, "Perencanaan E-Commerce sebagai Strategi Penjualan Produk Batik Tenun di Kota KEDIRI," *Generation Journal*, vol. 4, no. 1, pp. 23–30, Mar. 2020, doi: 10.29407/gj.v4i1.13779.
- [4] Suriyati, "Desain Perancangan E-Commerce Kain Tenun Lombok Desa Sukarara Lombok Tengah," *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 2, pp. 36–43, 2019.
- [5] S. Samsinar and R. H. Santoso, "Desain dan Implementasi E-Commerce Berbasis Content Management System dengan Business Model Canvas pada Maen Vape Store," *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi (Justin)*, vol. 9, no. 2, p. 75, Apr. 2021, doi: 10.26418/justin.v9i2.43612.
- [6] S. A. Hendrawan, A. Martoyo, and D. Wardhani, "Analisis Perancangan E-Commerce Kerajinan Tangan Penyandang Disabilitas (Studi Kasus: Desa Kreet Ponorogo, Jawa Timur)," *Journal of Informatics and Advanced Computing*, vol. 2, no. 2, pp. 1–7, 2021, Accessed: Jul. 27, 2023. [Online]. Available: <https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/jiac/article/view/3262>
- [7] F. Faisal, D. Anita, and D. R. Utari, "Implementasi Website E-Commerce Berbasis Content Management System Wordpress Pada Toko Pesona Tanaman," *IKRA-ITH Informatika*, vol. 5, no. 3, pp. 121–131, 2021, Accessed: Jul. 27, 2023. [Online]. Available: <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-informatika/article/view/1419>
- [8] B. Sinaga and J. S. Kurnia, "Perancangan Sistem Penjualan Material Bangunan Pada Ud. Mulya Sentosa Bebasis Web E-Commerce," *Jurnal sistem Informasi Universitas Suryadarmaadalah*, vol. 10, no. 1, Jun. 2023, doi: 10.35968/jsi.v10i1.1000.
- [9] W. N. Wk and A. Riyanto, "Analisis Dan Penerapan Search Engine Optimization Pada Website Menggunakan Metode White Hat SEO (Studi Kasus Di PT.SURYAPUTRA ADIPRADANA)," *Jurnal Teknologi Informasi*, vol. 1, no. 1, 2018, Accessed: Jul. 27, 2023. [Online]. Available: <http://jurnal.lpkia.ac.id/index.php/jti/article/view/22>
- [10] T. Kusriyanti, "Perencanaan Strategi Bisnis Dengan Metode Business Model Canvas Pada Leora Design Interior & Furniture," *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, vol. 1, no. 2, pp. 527–536, Jul. 2020, doi: 10.38035/jmpis.v1i2.294.
- [11] R. Abdillah, "Pemodelan UML Untuk Sistem Informasi Persewaan Alat Pesta," *JURNAL FASILKOM*, vol. 11, no. 2, pp. 79–86, Aug. 2021, doi: 10.37859/jf.v11i2.2673.