

PENERAPAN *WEBSITE E-COMMERCE* PADA TOKO G7PROJECT MENGUNAKAN *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS)*

Sinta Raya Lestari^{1*}, Hendri Irawan²

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

Email: ¹20125004492@student.budiluhur.ac.id, ²hendri.irawan@budiluhur.ac.id

(* : corresponding author)

Abstrak- G7Project, sebuah bisnis yang fokus pada penjualan produk buket, menghadapi berbagai tantangan yang signifikan, seperti visibilitas toko yang rendah, kurangnya informasi produk yang jelas pada *instagram*, serta kesulitan dalam pembuatan laporan dan analisis kinerja bisnis. Untuk mengatasi masalah-masalah ini, penelitian ini mengusulkan penerapan *website e-commerce* berbasis *Content Management System (CMS) WordPress*. *WordPress* dipilih karena fleksibilitasnya, kemudahan penggunaannya, serta kemampuan untuk disesuaikan dengan kebutuhan spesifik bisnis, sehingga memungkinkan G7Project untuk mengelola toko *online* dengan lebih efisien. Dengan memanfaatkan *plugin e-commerce* seperti *WooCommerce*, G7Project dapat mengelola berbagai aspek penting dari toko *online*, termasuk manajemen inventaris, pemrosesan pembayaran, pelacakan pesanan, serta pengelolaan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi efektivitas penerapan *e-commerce* dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan visibilitas *online* melalui strategi *Search Engine Optimization (SEO)*. Metode penelitian yang digunakan mencakup analisis kebutuhan untuk mengidentifikasi kekurangan dan kebutuhan khusus G7Project, serta perancangan dan implementasi strategi *SEO* guna meningkatkan visibilitas *online*. Implementasi dilakukan melalui instalasi dan konfigurasi *CMS WordPress*, termasuk integrasi *plugin e-commerce* yang relevan serta pengaturan fitur *SEO* untuk mengoptimalkan performa situs. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *website e-commerce* ini berhasil meningkatkan visibilitas *online*, mempermudah pelanggan dalam mencari produk, meningkatkan efisiensi pengelolaan transaksi, serta memperluas jangkauan pasar G7Project. Kesimpulannya, penerapan *website e-commerce* berbasis *CMS WordPress* memberikan solusi yang efektif untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi G7Project, sehingga meningkatkan kinerja dan daya saing bisnis di pasar yang lebih luas.

Kata Kunci: *E-commerce*, Buket, *Content Management System (CMS)*, *Search Engine Optimization (SEO)*

IMPLEMENTATION OF *E-COMMERCE WEBSITE FOR G7PROJECT* *USING CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS)*

Abstract- G7Project, a business focused on selling bouquet products, faces significant challenges, including low store visibility, unclear product information, and difficulties in generating reports and analyzing business performance. To address these issues, this study proposes the implementation of an *e-commerce website* based on the *WordPress Content Management System (CMS)*. *WordPress* was chosen for its flexibility, ease of use, and ability to be customized to meet the specific needs of the business, enabling G7Project to manage its online store more efficiently. By utilizing *e-commerce plugins* such as *WooCommerce*, G7Project can manage various essential aspects of the online store, including inventory management, payment processing, order tracking, and customer management. The objective of this research is to evaluate the effectiveness of *e-commerce* implementation in enhancing operational efficiency, expanding market reach, and increasing online visibility through *Search Engine Optimization (SEO)* strategies. The research methodology includes a needs analysis to identify the specific shortcomings and requirements of G7Project, as well as the design and implementation of *Search Engine Optimization (SEO)* strategies to enhance online visibility. Implementation was carried out through the installation and configuration of the *WordPress CMS*, including the integration of relevant *e-commerce plugins* and the configuration of *SEO* features to optimize site performance. The study's findings indicate that the implementation of this *CMS-based e-commerce website* successfully increased online visibility, made it easier for customers to find products, improved transaction management efficiency, and expanded G7Project's market reach. In conclusion, the implementation of a *WordPress CMS-based e-commerce website* provides an effective solution to the challenges faced by G7Project, thereby improving the business's performance and competitiveness in a broader market.

Keywords: *E-commerce*, Bouquet, *Content Management System (CMS)*, *Search Engine Optimization (SEO)*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah paradigma bisnis secara signifikan, khususnya dalam ranah perdagangan elektronik atau *e-commerce*. *E-commerce* merupakan konsep yang mencakup segala transaksi

yang dilakukan melalui internet [1]. Dibandingkan dengan metode belanja tradisional yang mengharuskan konsumen datang langsung ke toko fisik, toko *online* menawarkan akses tanpa batasan waktu dan lokasi, memungkinkan transaksi dilakukan kapan saja dan dari mana saja [2]. *Content Management System (CMS) WordPress* adalah salah satu aplikasi *open source* yang memungkinkan pengguna membuat dan mengelola *website* tanpa perlu mempelajari bahasa pemrograman terlebih dahulu. *WordPress* adalah contoh CMS yang saat ini sangat populer di kalangan pembuat *website* yang menawarkan solusi efektif dalam mengelola toko *online* dengan memanfaatkan *plugin e-commerce* seperti *Woocommerce* [3]. *Woocommerce* menyediakan fitur-fitur penting seperti manajemen inventaris dan pemrosesan pembayaran yang diperlukan untuk menjalankan proses *e-commerce* dengan lancar.

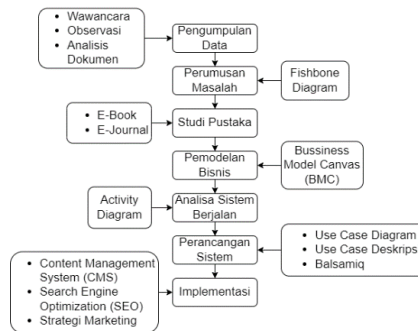
G7Project merupakan sebuah bisnis yang bergerak dalam penjualan beragam produk buket seperti buket bunga, *photocard*, *snack*, uang, serta *frame* hias. Pemasaran dan penjualan dilakukan melalui dua cara, yaitu dengan datang langsung ke toko atau melalui *platform-platform* digital seperti Instagram, *WhatsApp*, dan *Marketplace*. Meskipun telah merasakan dampak positif dari pemasaran dan penjualan tersebut, G7Project masih menghadapi beberapa masalah, antara lain lokasi toko yang jauh dari pusat kota yang cenderung memiliki visibilitas yang rendah sehingga sulit untuk dikenal dan dijangkau oleh pelanggan. Selain itu, kurangnya informasi produk yang jelas, menarik dan informatif menjadi kendala, serta adanya biaya administrasi pada *marketplace*. Di samping itu, belum terwujudnya pembuatan laporan yang efektif dan efisien mengakibatkan kesulitan dalam memantau kinerja bisnis, dan menganalisis tren penjualan.

Pada penelitian sebelumnya mengkaji mengenai permasalahan yang terjadi pada Toko *Fun's Bouquet Balloon* yaitu kurangnya penjualan dan kurang optimalnya koordinasi data penjualan. Penelitian ini menggunakan metode *waterfall*, yang membuat proses desain web penjualan lebih mudah. Hasil pengujian *website* dirancang dengan desain yang mudah diakses guna menarik pelanggan dan calon pembeli [4]. Penelitian yang dilakukan oleh [5] menganalisa dan mencari solusi dari permasalahan yang terjadi di Toko *Lovebouquet.tng*. Hasil dari penelitian ini adalah dikembangkannya *website e-commerce* menggunakan *plugin Woocommerce* pada Toko *Lovebouquet.tng*. Dengan adanya *website* *Lovebouquet.tng* dapat meningkatkan penjualan produk dan meningkatkan jangkauan pasar dengan menerapkan adanya diskon dan penerapan SEO. Penelitian oleh [6] membahas mengenai permasalahan yang terjadi pada Toko *Nissa Florist*. Toko *Nissa Florist* menjual *bouquet* yang dikreasikan dengan kain *flannel* dan kerta karton dengan berbagai warna. Pemasaran dan penjualannya menggunakan *social media* seperti *facebook* dan *Instagram* yang membuat toko masih belum optimal dalam pemasaran dan penjualan. Dengan adanya penelitian ini dihasilkan rancangan sistem *e-commerce* yang dapat dikembangkan menjadi sistem *e-commerce* berbasis web dengan tujuan dapat memperluas jangkauan pasar dan mempermudah pemilik toko *nissa florist* dalam mengelola pesanan serta membantu para pembeli dalam bertransaksi agar lebih praktis dan efisien.

Dalam penelitian [7] bertujuan untuk menciptakan kemudahan dan kenyamanan dalam transaksi dengan membangun sistem informasi *e-commerce* menggunakan metode *waterfall*. Sistem ini dibangun dengan *framework CodeIgniter*, autentifikasi *Ion Library*, dan API *RajaOngkir* untuk pengecekan biaya pengiriman. Hasilnya adalah sistem *e-commerce* yang meningkatkan efisiensi, layanan, dan memperluas cakupan pemasaran bagi penjual dan pembeli. Penelitian oleh [8] merancang aplikasi web untuk penjualan buket bunga, memungkinkan pembeli melihat, memilih, dan membeli buket secara *online*. Aplikasi ini juga membantu penjual dalam mengelola stok, pengiriman, dan pesanan. Dibangun menggunakan PHP dengan *framework Laravel* dan *Vue.js*, aplikasi ini menyediakan metode pembayaran COD dan transfer bank. Untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi Toko G7Project, diusulkan penerapan *website e-commerce* berbasis *Content Management System (CMS) WordPress*. Dengan adanya *website e-commerce* ini, G7Project dapat mengatasi tantangan yang ada serta memanfaatkan potensi pasar digital guna mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

2. METODE PENELITIAN

Tahapan penelitian adalah rangkaian tindakan atau langkah-langkah yang dibutuhkan untuk melaksanakan penelitian dengan efektif [9]. Pembahasan ini merepresentasikan tahapan penelitian melalui sebuah diagram alir. Berikut tahapan penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Berikut ini adalah penjelasan dari setiap langkah yang dilakukan selama penelitian:

a. Pengumpulan Data

Dalam tahap ini, menggunakan tiga metode pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Wawancara dilakukan dengan pemilik Toko G7Project untuk memahami sistem yang diterapkan, sementara observasi dilakukan dengan mengamati langsung proses bisnis, seperti pemesanan, pembayaran, pengiriman, dan pembuatan laporan. Selain itu, dengan menganalisis dokumen seperti nota penjualan dan laporan penjualan untuk memperoleh informasi tambahan.

b. Perumusan Masalah

Dalam perumusan masalah, tahap merinci masalah yang telah diidentifikasi dengan lebih terperinci dan spesifik. Teknik yang digunakan untuk membantu dalam perumusan masalah adalah menggunakan *fishbone diagram*. *Fishbone diagram* adalah visualisasi terstruktur yang menggambarkan berbagai faktor yang mempengaruhi sebuah proses dengan menghubungkan satu penyebab dengan penyebab lainnya [10].

c. Studi Pustaka

Dalam tahap ini, mengumpulkan dan meninjau literatur dari sumber-sumber yang relevan dengan topik *e-commerce*. Dengan mengeksplorasi *e-book* atau *e-journal* untuk memahami konteks, dan teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

d. Pemodelan Bisnis

Pemodelan bisnis dilakukan dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC), yang terdiri dari 9 (sembilan) elemen kunci yang saling terkait. BMC memberikan pandangan yang jelas tentang tujuan yang harus dicapai oleh perusahaan, dengan fokus pada elemen strategis paling penting yang akan memberikan dampak terbesar pada bisnis [11].

e. Analisa Sistem Berjalan

Langkah berikutnya adalah melakukan analisa sistem berjalan dengan menggunakan *activity diagram*. *Activity diagram* ini menggambarkan proses-proses yang terjadi dalam sistem berjalan secara jelas, seperti proses pemesanan barang, pembayaran, pengiriman hingga pembuatan laporan[12].

f. Perancangan Sistem

Pada langkah ini, menggambarkan interaksi antara pengguna dan sistem dengan *use case diagram*, serta deskripsi detail dari masing-masing *use case* dalam diagram tersebut. *Tools* yang digunakan dalam pembuatan diagram tersebut ialah *Draw.io*.

g. Implementasi

Setelah perancangan sistem, langkah berikutnya adalah implementasi yang mencakup tiga aspek utama. Pertama, implementasi *e-commerce* dilakukan menggunakan *WordPress* dan berbagai *plugin* untuk membangun *website* yang optimal. Kedua, teknik SEO diterapkan dengan pengaturan *plugin Yoast SEO* dan integrasi *Google Search Console* untuk meningkatkan jangkauan pasar dan peringkat di *Google*. [13], sementara strategi *marketing* diterapkan untuk meningkatkan penjualan dan menarik pelanggan dengan menggunakan kupon potongan harga Rp. 10.000 untuk pelanggan baru.

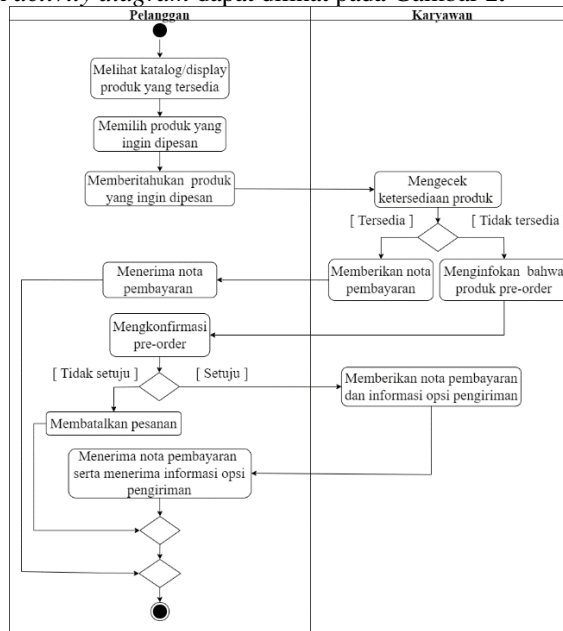
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisa Proses Sistem Berjalan

Pada pembahasan ini, akan diuraikan proses-proses dalam sistem berjalan G7Project, meliputi pemesanan produk, pembayaran, pengiriman, hingga pembuatan laporan menggunakan *activity diagram*. Fokus penjelasan pada tahap ini adalah pada proses bisnis yang terjadi di toko fisik.

3.1.1 Proses Pemesanan

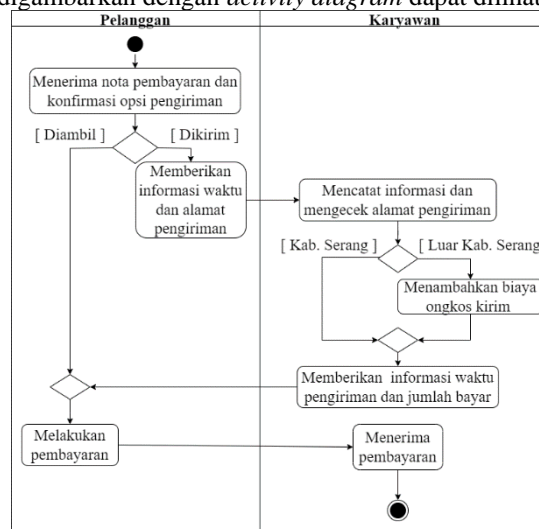
Pelanggan yang datang ke toko dapat melihat katalog produk dan memilih barang yang diinginkan. Karyawan kemudian memeriksa ketersediaan produk; jika tersedia, pelanggan diberikan nota pembayaran, sedangkan jika tidak tersedia, mereka ditawarkan opsi *pre-order*. Jika setuju, pelanggan akan menerima nota pembayaran dan informasi pengambilan atau pengiriman, atau mereka dapat membatalkan pesanan jika tidak setuju. Proses pemesanan digambarkan dengan *activity diagram* dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Proses Pemesanan

3.1.2 Proses Pembayaran

Setelah menerima nota pembayaran, opsi pengiriman atau pengambilan dipilih. Jika memilih pengambilan, pembayaran langsung dilanjutkan. Jika memilih pengiriman, waktu dan alamat pengiriman diberikan. Alamat kemudian diverifikasi; jika berada dalam Kabupaten Serang, pembayaran dilanjutkan dengan nota awal. Namun, jika di luar Kabupaten Serang, biaya ongkos kirim ditambahkan, nota revisi diberikan, dan pembayaran dilanjutkan. Proses pembayaran digambarkan dengan *activity diagram* dapat dilihat pada Gambar 3.

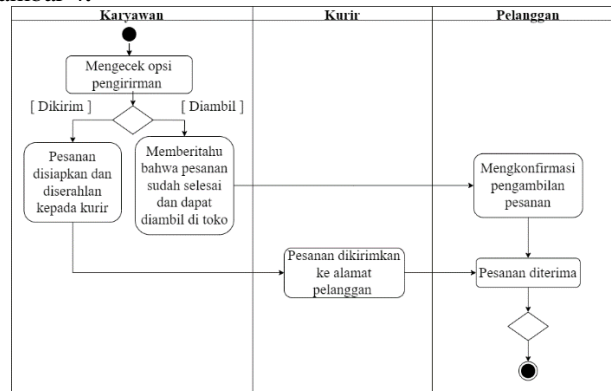


Gambar 3. Proses Pembayaran

3.1.3 Proses Pengiriman

Karyawan akan memeriksa opsi pengiriman. Jika pesanan diambil di toko, karyawan akan memberitahu pelanggan bahwa pesanan siap diambil. Jika pesanan dikirim, karyawan akan menyiapkan dan menyerahkannya

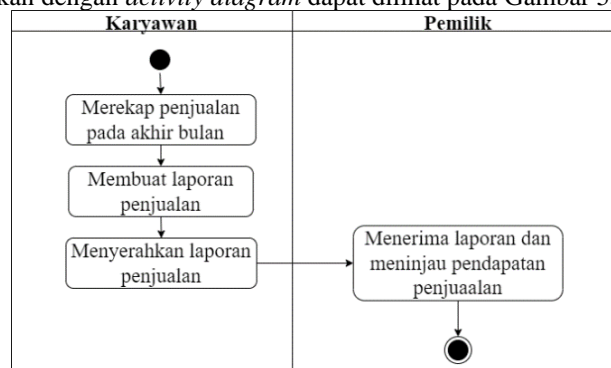
kepada kurir yang akan mengantarkannya ke alamat pelanggan. Proses pengiriman digambarkan dengan *activity diagram* dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Proses Pengiriman

3.1.4 Proses Pembuatan Laporan

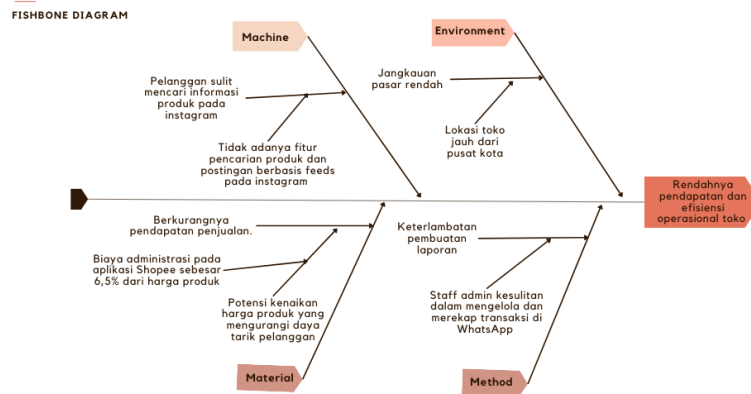
Setiap akhir bulan, karyawan merekap transaksi dan membuat laporan penjualan yang diserahkan kepada pemilik untuk diperiksa dan ditinjau. Setiap akhir bulan, karyawan bertanggung jawab untuk merekap semua transaksi yang terjadi selama periode tersebut dan menyusun laporan penjualan. Laporan ini kemudian diserahkan kepada pemilik untuk diperiksa dan ditinjau, guna memastikan akurasi dan evaluasi kinerja bisnis. Proses pembuatan laporan digambarkan dengan *activity diagram* dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Proses Pembuatan Laporan

3.2 Fishbone Diagram

Untuk menganalisis masalah yang terjadi pada G7Project, menggunakan *fishbone diagram*. Berikut adalah analisa *fishbone diagram* pada Gambar 6. Diagram *Fishbone* ini mengidentifikasi berbagai penyebab rendahnya pendapatan dan efisiensi operasional toko dalam empat kategori utama: *machine*, *environment*, *method*, dan *material*. Pada kategori *machine*, sulitnya pelanggan mencari informasi produk di *Instagram* dan ketiadaan fitur pencarian produk mempengaruhi efisiensi operasional. *Environment* berkontribusi melalui rendahnya jangkauan pasar akibat lokasi toko yang jauh dari pusat kota, membatasi akses pelanggan. *Material* juga menjadi faktor, dengan biaya administrasi Shopee sebesar 6,5% dan potensi kenaikan harga yang mengurangi daya tarik pelanggan. *Method* kerja toko terganggu oleh keterlambatan pembuatan laporan dan kesulitan staf dalam mengelola transaksi di *WhatsApp*. Secara keseluruhan, faktor teknologi, lokasi, biaya operasional, dan manajemen menjadi tantangan utama yang mempengaruhi performa toko.



Gambar 6. Fihbone Diagram

3.3 Business Model Canvas (BMC)



Gambar 7. Business Model Canvas (BMC)

Pada Gambar 7 menjelaskan 9 (sembilan) elemen BMC pada Toko G7Project terurai sebagai berikut:

a. Value Propositions

G7Project menawarkan *value propositions* yang menarik bagi pelanggan dengan menyediakan opsi desain buket yang dapat di *custom* sesuai keinginan. Pelanggan juga dapat menambahkan kartu ucapan atau pesan khusus untuk mempersonalisasi pesanan mereka. Selain itu, G7Project memberikan gratis ongkir khusus untuk wilayah Kabupaten Serang dengan minimal pembelian sebesar Rp100.000, menjadikannya pilihan yang ekonomis dan fleksibel.

b. Customer Segments

Customer Segments pada Toko G7Project mencakup semua kalangan pria dan wanita yang sedang mencari hadiah untuk acara tertentu. Acara tersebut meliputi *graduation*, *anniversary*, dan ulang tahun. Hal ini menunjukkan bahwa G7Project menargetkan pasar yang luas dan beragam sesuai dengan kebutuhan khusus pelanggan.

c. Channels

Channels adalah media yang digunakan G7Project untuk menjangkau dan bertransaksi dengan pelanggan. *Channels* pada G7Project meliputi toko fisik/offline, Instagram (G7Project), WhatsApp, *Shopee* (liaqonia), dan *website* (gsevenproject.shop). Diversifikasi ini memungkinkan G7Project untuk mencapai berbagai segmen pelanggan melalui *platform* yang berbeda Toko Fisik/Offline.

d. Customer Relationships

Customer Relationships menjelaskan cara membangun hubungan dengan pelanggan. Dengan memberikan fitur *review* pada *website*, menyediakan *form* khusus untuk *custom* desain, dan memberikan kupon potongan Rp. 10.000 untuk pelanggan baru. Selain itu, fitur *live chat* di *website* memungkinkan interaksi langsung dengan pelanggan, meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pelanggan.

e. Key Activities

Key Activities pada G7Project mencakup aktivitas utama yang mendukung bisnis dan *value propositions*. Ini meliputi manajemen inventaris dan persediaan, pembuatan buket dan *frame* hias, serta pelayanan pelanggan dan penanganan pesanan. Selain itu, pemasaran dan promosi juga menjadi bagian penting dalam aktivitas utama untuk meningkatkan penjualan dan *brand awareness*.

f. Key Resources

Key Resources adalah sumber daya yang dimiliki G7Project untuk menjalankan bisnis. Ini mencakup toko fisik, alat dan bahan pembuatan buket dan *frame* hias, karyawan, internet, serta laptop/smartphone. Sumber daya ini mendukung semua aktivitas utama dan memastikan operasional bisnis berjalan lancar.

g. Key Partners

Key Partners menjelaskan mitra yang bekerja sama dengan G7Project. Termasuk pemasok bahan baku seperti bunga, boneka, snack, dan *frame*, serta jasa pengiriman dan mitra pembayaran *online*. Selain itu, penyedia hosting dan domain juga merupakan mitra penting untuk mendukung keberadaan *online* G7Project.

h. Cost Structure

Cost Structure pada G7Project mencakup berbagai biaya yang timbul dalam menjalankan model bisnis. Ini meliputi biaya produksi buket dan *frame* hias, biaya pemasaran dan promosi, serta biaya pengemasan dan pengiriman produk. Selain itu, biaya administrasi, hosting & domain, listrik, dan internet juga termasuk dalam struktur biaya mereka.

i. Revenue Streams

Revenue Streams pada G7Project menjelaskan sumber pendapatan bisnis. Pendapatan berasal dari penjualan langsung di toko fisik dan penjualan melalui *platform online* seperti *Instagram*, *WhatsApp*, dan *Shopee*. Diversifikasi ini memastikan bahwa G7Project memiliki beberapa aliran pendapatan yang stabil.

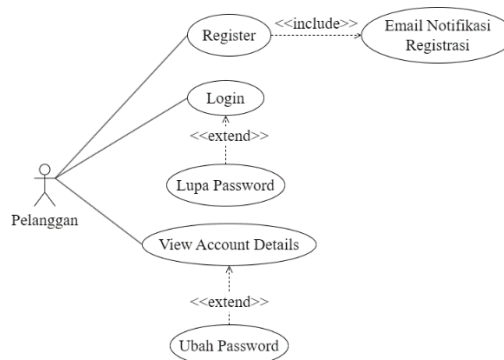
3.4 Use Case Diagram

Use case diagram menggambarkan setiap tindakan dan interaksi antara satu atau lebih aktor dengan sistem yang akan dikembangkan. Diagram ini membantu dalam memvisualisasikan bagaimana pengguna akan berinteraksi dengan berbagai fungsi dalam sistem, memberikan gambaran yang jelas tentang kebutuhan dan alur kerja yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu.

3.4.1 Use caseDiagram Master

a. Use Case Diagram Master Pelanggan

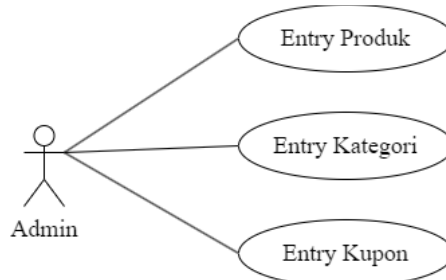
Pada Gambar 8 diagram *use case* yang menunjukkan interaksi antara Pelanggan dengan beberapa fungsi dalam sistem manajemen akun di Toko G7Project. Pelanggan dapat melakukan registrasi, yang termasuk mengirim notifikasi email, login, melihat detail akun, serta mengubah dan mengatur ulang *password* jika lupa. Fungsi-fungsi ini dihubungkan dengan relasi *include* dan *extend* untuk menunjukkan ketergantungan dan perluasan antara *use cases* satu dengan yang lainnya. menggambarkan interaksi dasar yang dapat dilakukan oleh pelanggan dalam sistem, termasuk registrasi, autentikasi, dan pengelolaan akun.



Gambar 8. Use Case Diagram Master Pelanggan

b. *Use Case Diagram Master Admin*

Pada Gambar 9, diagram *use case* menunjukkan hubungan antara aktor Admin dan tiga fungsi utama dalam sistem manajemen Toko G7Project: *entry* produk, *entry* kategori, dan *entry* kupon. Diagram ini mengilustrasikan bahwa Admin memiliki akses penuh untuk mengelola data produk, kategori, dan kupon. Hal ini memberikan gambaran jelas tentang fungsionalitas yang disediakan untuk admin, yang esensial untuk pengelolaan dan administrasi sistem yang efektif.

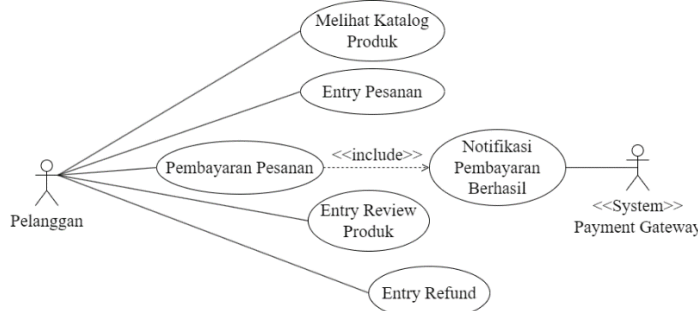


Gambar 9. *Use Case Diagram Master admin*

3.4.2 *Use Case Diagram Transaksi*

a. *Use Case Diagram Transaksi Pelanggan*

Pada Gambar 10 diagram *use case* yang menggambarkan interaksi antara Pelanggan dan *Payment Gateway* dalam sebuah sistem *e-commerce*. Pelanggan dapat melakukan berbagai aktivitas seperti melihat katalog produk, memasukkan pesanan, melakukan pembayaran, mengulas produk, dan mengajukan *refund*. Saat pembayaran berhasil dilakukan, sistem akan mengirimkan notifikasi pembayaran kepada pelanggan.



Gambar 10. *Use Case Diagram Transaksi Pelanggan*

b. *Use Case Diagram Transaksi Admin*

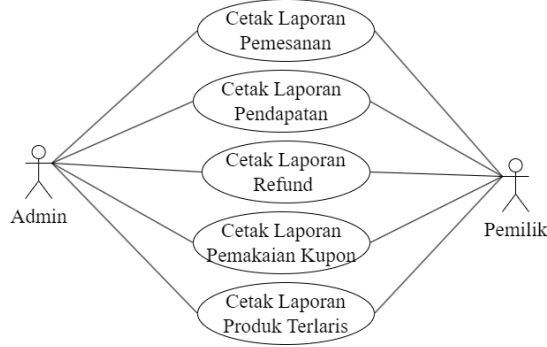
Pada Gambar 11 diagram *use case* yang menggambarkan interaksi antara Admin dengan sistem dalam mengelola transaksi. Admin memiliki beberapa tugas utama, yaitu mengelola pesanan, verifikasi penerimaan produk, verifikasi *review* produk, dan verifikasi *refund* produk. Dalam pengelolaan pesanan, terdapat aktivitas tambahan yang mencakup pembaruan status pesanan dan pengiriman notifikasi email.



Gambar 11. *Use Case Diagram Transaksi Admin*

3.4.3 Use Case Diagram Laporan

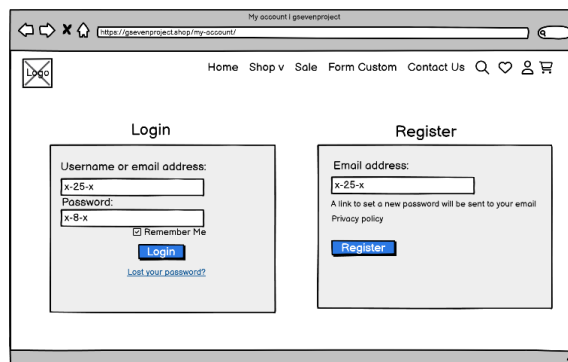
Pada Gambar 12 adalah diagram *use case* yang menunjukkan hubungan antara dua aktor utama, Admin dan Pemilik, dengan fungsi-fungsi utama dalam sistem pencetakan laporan di Toko G7Project. Kedua aktor ini terlibat dalam proses pembuatan laporan pemesanan, pendapatan, produk terlaris, dan retur produk. Setiap jenis laporan diwakili oleh *use case* yang menunjukkan fungsi spesifik yang dapat diakses oleh Admin dan Pemilik, memungkinkan untuk mengelola dan memantau kinerja bisnis.



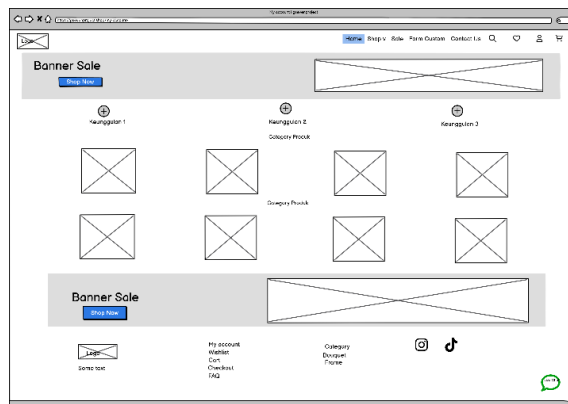
Gambar 12. Use Case Diagram Laporan

3.5 Rancangan Layar

Rancangan layar untuk *website* *gsevenproject.shop* menampilkan logo G7Project dan *header* menu yang konsisten di semua halaman. *Header* menu ini mencakup berbagai menu dan ikon yang mengarahkan pengguna ke berbagai halaman di situs. Gambar 13 adalah rancangan layar *login* dan *register* pada *website* G7Project. Gambar 14 adalah rancangan layar menu *home* pada *website* G7Project.



Gambar 13. Rancangan Layar Login dan Register

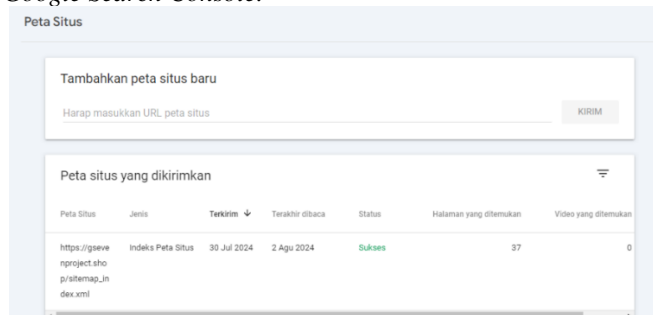


Gambar 14. Rancangan Layar Home

3.6 Strategi Search Engine Optimization (SEO)

Website *gsevenproject.shop* memanfaatkan *plugin* *Yoast SEO* untuk mengoptimalkan kata kunci yang digunakan pada *website* dan konten. Dengan bantuan *plugin* ini, strategi SEO dapat diimplementasikan secara

lebih efektif, sehingga meningkatkan visibilitas situs di mesin pencari. Gambar 15 menunjukkan langkah pengindeksan *sitemap* pada *Google Search Console*.



Gambar 15. Pengindeksan *Sitemap*

4. KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian berdasarkan permasalahan yang ditemukan pada Toko G7Project serta menerapkan metode analisis yang relevan untuk menawarkan solusi, dapat disimpulkan bahwa dengan mengimplementasikan *website e-commerce*, toko dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas secara *online* serta meningkatkan peluang untuk menarik pelanggan baru. *Website e-commerce* dengan fitur pencarian kata kunci dan pengelompokan produk yang terstruktur akan memudahkan pelanggan dalam mencari informasi produk dengan cepat. Integrasi fitur pelaporan pesanan, pendapatan, *refund*, pemakaian kupon, dan produk terlaris dalam *website e-commerce* akan meningkatkan efisiensi pengelolaan transaksi dan mempercepat pembuatan laporan serta analisis kinerja bisnis. Dengan mengembangkan dan mengelola *website e-commerce* sendiri, G7Project dapat menghindari biaya administrasi tinggi dari *platform* pihak ketiga, sehingga dapat menawarkan harga produk yang lebih kompetitif dan menarik bagi pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. E. Budiando, *Analisis Bisnis E-Commerce*. Media Nusa Creative (MNC Publishing), 2020. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=fPNIEAAAQBAJ>
- [2] F. Ristia, A. Diana, and A. Ariesta, "Implementasi E-Commerce Dengan Metode Business Model Canvas (Bmc) Menggunakan Content Management System (Cms) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Distro Betawi Boys," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 5, no. 1, pp. 30–39, 2022, doi: 10.36080/idealism.v5i1.2867.
- [3] D. Fauziyyah, "Pembuatan Website Company Profile pada Konoba Coffee Menggunakan CMS Wordpress," *Appl. Bus. Adm. J.*, vol. 2, no. 3, pp. 80–98, 2023, doi: 10.62201/abaj.v2i3.67.
- [4] M. Farwati and T. Sutabri, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web pada Toko Fun's Bouquet Balloon," *JEBIMAN J. Ekon. Bisnis, Manaj. dan Akunt.*, vol. 1, no. 4, pp. 215–226, 2023.
- [5] F. D. Nugroho, L. L. Hin, and H. Irawan, "Implementasi E-Commerce Menggunakan Plugin Woocommerce Pada Toko Lovebouquet. Tng," *SENAFTI - (Prosiding Semin. Nas. Mhs. Fak. Teknol. Informasi)*, vol. 2, pp. 889–898, 2023.
- [6] P. E. Yulyastuti and A. Wahab, "Analisa dan Perancangan E-Commerce Bouquet pada Toko Nissa Florist Berbasis Web," *Jukomika - (Jurnal Ilmu Komput. Dan Inform.)*, vol. 2, no. 3, pp. 115–121, 2019, doi: 10.54650/jukomika.v2i3.119.
- [7] F. A. Harista, "Sistem Informasi E-Commerce Gulderose Bunga Flanel Kendal," pp. 1–15, 2020, [Online]. Available: [http://eprints.ums.ac.id/82449/3/Naskah Publikasi - Firza.pdf](http://eprints.ums.ac.id/82449/3/Naskah%20Publikasi%20-%20Firza.pdf)
- [8] F. Handoyo and N. Anwar, "Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Buket Bunga Berbasis Web," *IKRA-ITH Inform. J. Komput. dan Inform.*, vol. 7, no. 3, pp. 40–46, 2023, doi: 10.37817/ikraith-informatika.v7i3.3054.
- [9] F. eka Supriatin et al., *Metodologi Penelitian*. Cendekia Publisher, 2022. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=VMZzEAAAQBAJ>
- [10] D. Khairani, *Manajemen Proyek Dalam Rekayasa Perangkat Lunak (RPL)*. Deepublish, 2023. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=QoS2EAAAQBAJ>
- [11] L. H. Annisa, S. F. A. S. Ningrum, and Z. E. Wulansari, "Analisis Desain Pengembangan Model Bisnis pada Perusahaan Pengalengan Ikan dengan Metode Bussiness Model Canvas (BMC) pada PT. ABC," *J. Agribus. Sci. Rural Dev.*, vol. 3, no. 1, pp. 20–35, 2023, doi: 10.32639/jasrd.v3i1.741.
- [12] D. Aldo and N. Putra, *Sistem Pendukung Keputusan (SPK) (Kupas Tuntas Metode Multifaktor Evaluation Process)*. SINT Publishing, 2020. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=iP1vEAAAQBAJ>
- [13] H. Syahputra, "Implementasi Metode SEO (Search Engine Optimization) Untuk Optimasi E-Commerce Penjualan Barang Outdoor Berbasis Web," *J. Pustaka AI (Pusat Akses Kaji. Teknol. Artif. Intell.)*, vol. 3, no. 2, pp. 70–74, 2023.