

Implementasi Website E-Commerce Berbasis *Content Management System* (CMS) Wordpress Pada Toko Tanaman Anmuta

Rizky Adhi Prawitama^{1*}, Anita Diana²

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

Email: ^{1*}rkiky290@email.com, ²anita.diana@budiluhur.ac.id
(* corresponding author)

Abstrak- Toko Tanaman Anmuta merupakan usaha yang bergerak dalam penjualan produk tanaman. Toko Tanaman Anmuta memiliki toko fisik yang berada di Pasar Kemis, Kota Tangerang dan juga melakukan penjualan online di *social media* Instagram dan Whatsapp. Permasalahan yang terjadi kurangnya dalam mempromosikan penjualan sehingga barang lama sulit terjual, ditambah turunnya kepercayaan pelanggan untuk membeli produk akibat kurangnya info detail produk di Instagram. Permasalahan lainnya kurang maksimalnya dalam membuat data laporan karena sering terjadinya kesalahan dalam pencatatan data transaksi pada excel. Maka dari itu Anmuta Indonesia ingin membuat website sendiri untuk memaksimalkan penjualannya. Metode Penelitian ini membangun dan merancang E-Commerce dengan *Content Management System* (CMS) berbasis wordpress, dengan menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) dan menggunakan SEO (*Search Engine Optimization*). Untuk membantu perencanaan proses bisnis serta menjadikan situs web tersebut muncul pada page pertama mesin pencari agar dapat memudahkan pelanggan menemukan situs web dengan pemesanan serta proses pembayaran produk dengan metode pembayaran otomatis. Proses pembayaran bisa melalui transfer bank dan e-wallet. Lalu pihak Anmuta memvalidasi untuk pembayaran jika pelanggan sudah melakukan pembayaran. Penelitian ini menghasilkan sebuah fitur katalog produk, keranjang dan checkout pada system e-commerce, adanya fitur coupon, dengan menerapkan SEO dan pemasaran dapat membantu peningkatan penjualan dan menghasilkan sistem e-commerce yang menampilkan laporan penjualan dan produk terlaris secara otomatis.

Kata Kunci: e-commerce, business model canvas (BMC), content management system (CMS), tanaman

Content Based E-Commerce Website Implementation Wordpress Management System (CMS) At Anmuta Plant Shop

Abstract- Anmuta Plant Shop is a business engaged in the sale of plant products. Anmuta Plant Shop has a physical store located in Pasar Kemis, Tangerang City and also sells online on Instagram and Whatsapp social media. The problem that occurs is not promoting sales so that old goods are difficult to sell, so that customer confidence decreases to buy products due to the lack of product detail info on Instagram. Another problem is that it is not optimal in making report data because there are often errors in recording transaction data in excel. Therefore, Anmuta Indonesia wants to create its own website to maximize its sales. This research method builds and designs E-Commerce with a Wordpress-based Content Management System (CMS), using the Business Model Canvas (BMC) method and using SEO (Search Engine Optimization). To help plan business processes and make the website appear on the first page of search engines to make it easier for customers to find the website by ordering and processing product payments with automatic payment methods. Payment process can be via bank transfer and e-wallet. Then Anmuta validates for payment if the customer has made a payment. This research produces a product catalog, cart and checkout feature on an e-commerce system, the presence of a coupon feature, SEO and marketing implementation can help increase sales and produce an e-commerce system that displays sales reports and best-selling products automatically.

Keywords: e-commerce, business model canvas (BMC), content management system (CMS), plant.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan digital yang semakin pesat, menuntut para pelaku bisnis untuk terus mengikuti kemajuan teknologi dalam mengatasi persaingan bisnis yang ada. Sehingga para pelaku bisnis dituntut untuk bisa mengedepankan pelayanan yang cepat, meningkatkan produktivitas, mengembangkan inovasi, serta menciptakan produk yang unggul. Internet memiliki andil yang cukup besar dalam perkembangan sebuah bisnis, internet memudahkan untuk mengakses kesbuah situs web e-commerce sebuah cara yang efektif dan efisien untuk saling terhubungnya masyarakat diharapkan dapat meningkatkan penjualan.

Anmuta Indonesia merupakan Bisnis yang bergerak di bidang penjualan produk tanaman hias khususnya tanaman berjenis hoya. Penjualan Anmuta saat ini ada dua cara 2 cara, yaitu yang pertama kunjungi langsung ketoko dan kedua melalui social media seperti WhatsApp dan Instagram @anmuta.indonesia. Toko Anmuta Indonesia menarik pasar dengan cara melakukan promosi produk melalui platform social media Instagram. Namun saat ini, ada beberapa kendala yang dihadapi Anmuta yaitu rasa kurang percaya terhadap produk karena belum memiliki website toko serta kurang maksimalnya dalam penyampaian informasi produk kepada pelanggan yang hanya mengandalkan social media Instagram dan Whatsapp sehingga banyak produk lama yang tidak terjual

ditambah pemilik toko masih menggunakan laporan secara input manual sehingga berakibat sering terjadinya selisih stock barang sampai pendapatan toko.

Berdasarkan kondisi diatas, Hal itulah yang membuat Toko Tanaman Anmuta ingin mengembangkan toko untuk memaksimalkan promosi, memperluas jangkauan promosi, serta memudahkan proses penjualan agar transaksi berjalan dengan efisien dengan adanya website sehingga diharapkan dapat membantu perusahaan untuk memudahkan proses penjualan serta dapat memaksimalkan dalam penyampaian informasi kepada pelanggan tanpa harus berinteraksi secara langsung dengan pelanggan.

Dalam merancang bisnis *e-commerce* Toko Tanaman Anmuta metode yang digunakan adalah dengan metode Business Model Canvas (BMC) untuk membantu penulis memahami kelemahan dan membentuk proses bisnis pada penjualan di Toko Anmuta Indonesia. Kemudian tahap perancangan sistem menggunakan metode Unified Modeling Language (UML). Perancangan sistem dibuat menggunakan *tools* yang tersedia di UML yaitu *Class diagram*, *Usecase Diagram* dan *Diagram Activity* dan *fishbone*. Lalu, situs web juga dioptimalkan menggunakan teknik SEO (optimasi mesin pencari) sehingga halaman situs web Anda muncul di halaman pertama mesin pencari dan dengan adanya distribusi promosi tidak hanya di website tetapi juga melalui *social media* serta adanya fungsionalitas pencetakan laporan agar dapat memudahkan pemilik untuk merakit laporan, sehingga pemilik bisa lebih memaksimalkan penjualan produk di website *e-commerce*

Pada penelitian sebelumnya Seperti penelitian yang dilakukan oleh [1] dengan judul Implementasi Website E-Commerce Berbasis Content Management System Wordpress Pada Toko Pesona Tanaman. Memiliki kesimpulan mempermudah penjual dalam transaksi dan pembayaran yang lebih efisien, serta memudahkan penjual dalam membuat laporan yang lebih.

Penelitian oleh [2] dengan judul Perancangan Aplikasi Pelayanan E-Commerce Tanaman Hias Berbasis Android. Memiliki kesimpulan yaitu dengan menggunakan aplikasi ini, pelanggan dapat dengan mudah membeli tanaman hias tanpa harus langsung datang ke toko dan produk dikirim ke tempat tujuan.

Penelitian yang dijelaskan oleh [3] dengan judul Analisa dan Perancangan Aplikasi Penjualan Tanaman Hias Berbasis Online Sebagai Media Promosi Bagi Salman KS Flowers. Memiliki kesimpulan aplikasi penjualan Tanaman Hias Berbasis Online Hal ini membantu dari pihak manajemen Salman KS Flowers, admin, karyawan dan juga bagi pelanggan Salman KS Flower yang melakukan transaksi dalam proses pemesanan tanaman hias, dimanapun pelanggan berada. Selain itu, aplikasi ini memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan informasi tentang tanaman hias dengan mudah dan cepat dibandingkan dengan metode konvensional sebelum sistem ini dikembangkan.

Penelitian lain oleh [4] dalam jurnalnya memiliki kesimpulan dengan adanya sebuah website *e-commerce* berbasis website pada toko anak tanam untuk dijadikan media promosi dengan dapat menampilkan tentang toko secara online dan info produk yang ditawarkan, yang dapat diakses kapanpun ditambah dengan tersedianya sebuah data pelanggan, pembelian, penjualan, produk dan laporan penjualan, Sehingga dapat meluaskan pemasaran dan mempermudah dalam penjualan untuk menjalankan kegiatan penjualan, promosi, pembelian, serta mempermudah dalam melakukan transaksi.

Pada penelitian lainnya oleh [5] Saat merancang atau merancang *e-commerce*, perhatian harus diberikan pada fitur yang membuat sistem lebih mudah digunakan oleh pengguna. Ini juga membutuhkan desain interaktif, baru, dan menarik untuk membuat pengguna tetap terlibat saat berbelanja.

Kesimpulan yang penulis ambil dari ketiga penelitian diatas yaitu membuat website *e-commerce* memudahkan pelanggan bertransaksi jarak jauh, mempermudah pengelolaan transaksi penjualan, dan memaksimalkan promosi produk untuk meningkatkan penjualan. Dari topik pembahasan penelitian penulis, terdapat beberapa kesamaan dengan penelitian di atas, seperti adanya fitur shopping cart yang memudahkan pembelian melalui situs, kemudahan transaksi pembayaran, dan informasi berupa notifikasi email. Untuk pelanggan kami. Yang membedakan penulis dengan penelitian sebelumnya adalah adanya Xendit dalam melakukan pembayaran sehingga pembayaran akan terkonfirmasi secara otomatis untuk mempermudah pembayaran pelanggan tanpa harus konfirmasi pembayaran secara manual.

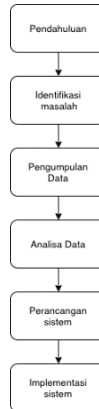
Dengan adanya website E-Commerce ini, diharapkan mampu memudahkan penjual dan pelanggan dalam transaksi yang lebih efisien, serta memudahkan penjual dalam memaksimalkan promosi produk sehingga produk lama mampu menjadi cepat terjual.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Langkah-Langkah Penelitian

Langkah penelitian pada Toko Tanaman Anmuta dimulai dengan identifikasi masalah, pengumpulan data analisa data, perencanaan bisnis, perancangan sistem, implementasi sistem, hingga mendapatkan hasil dari yang dibuatkan penulis untuk dapat memecahkan masalah Di toko tanaman di Amuta. Mulailah dengan merumuskan masalah, kemudian tetapkan tujuan penelitian. Penulis kemudian mengumpulkan data dan menggunakan metode Business Model Canvas untuk memulai sebuah rencana bisnis. Setelah itu dilakukan perancangan sistem dalam

UML sampai diperoleh hasil pemecahan masalah pada toko tanaman Amuta. Dengan memulai merumuskan masalah, kemudian tetapkan tujuan penelitian. Penulis kemudian mengumpulkan data dan menggunakan metode Business Model Canvas untuk memulai sebuah rencana bisnis. Setelah itu dilakukan perancangan sistem dalam UML sampai hasil yang diperoleh untuk pemecahan masalah. Langkah-langkah penelitian dapat dilihat pada gambar 1



Gambar 1 Langkah-Langkah Penelitian

2.2 Metodologi Pengumpulan Data

Dalam Penelitian ini dilakukan beberapa metode pengumpulan data pada toko Anmuta, antara lain:

- Observasi: adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati langsung apa saja yang ada di Anmuta Indonesia untuk menemukan informasi dan pengetahuan yang diperlukan untuk bahan pada penelitian.
- Wawancara: Hal ini dilakukan dengan menanyakan langsung kepada pemilik toko Ammuta Indonesia untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan.
- Analisa Dokumen: yaitu mengumpulkan data berdasarkan dokumen yang terkait dalam penelitian transaksi penjualan, Laporan dan dokumen lainnya untuk mendukung dalam penelitian.
- Studi Literatur: Yaitu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan sumber informasi tentang topik penelitian dalam bentuk jurnal dan buku perpustakaan, serta untuk mendukung pengumpulan dan penggunaan data sebagai sumber perbandingan dengan sistem yang dibuat.

2.3 Perancangan Bisnis

E-commerce merupakan konsep baru yang biasa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada World Wide Web Internet atau proses jual beli atau pertukaran sprodruk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet [6]

Ketika mendapatkan data yang dapat diolah, kemudian data tersebut dipakai dengan membuat perancangan bisnis. Dalam penelitian ini digunakan metode *Bussiness Model Canvas* agar mempercepat dalam memproses analisis kekuatan dan kelemahan. *Business Model Canvas (BMC)* dirancang untuk membantu perusahaan merancang rencana proses bisnis dan menentukan serta memvalidasi poin bisnis utama. yang dimana di terdapat 9 kolom atau blok. Menurut [7] Bisnis model didefinisikan sebagai suatu gambaran yang rasional terkait usaha organisasi dalam menciptakan, menghantarkan, dan menangkap nilai. Bisnis model memiliki sembilan dimensi yang dikenal sebagai 'Business Model Canvas'. Konsep *Business Model Canvas* terdiri dari Sembilan elemen yaitu *value propositions*, *customer segments*, *customer relationship*, *channels*, *key resources*, *key activities*, *key partnership*, *cost structure*, dan *revenue streams*. Elemen tersebut dapat membantu dalam merumuskan model bisnis suatu perusahaan dan merancang ide model bisnis yang inovatif bagi perusahaan.

2.4 Metode Perancangan Sistem

Menurut [8] *Fishbone diagram* merupakan metode yang diciptakan oleh Kaoru Ishikawa untuk mengidentifikasi sebab dan akibat dari suatu permasalahan, cabang utama dari *fishbone* menandakan permasalahan yang dihadapi. Sedangkan cabang lainnya akan berujung pada cabang utama yaitu penyebab permasalahan yang biasanya dikategorikan menjadi orang material, perawatan manajemen dan lingkungan. Diagram *fishbone* sangat berguna dalam perbaikan kualitas dikarenakan dapat memvisualisasikan akar-akar permasalahan yang banyak ke dalam format yang sederhana.

Pembuatan fishbone diagram memiliki kategori sebab utama untuk mengargonisasikan sebab sedemikian rupa sehingga masuk akal dengan situasi. Kategori 8P yang biasa digunakan dalam industri jasa: Product (produk/jasa), Price (harga), Place (tempat), Promotion (promosi atau hiburan), People (orang), Process (proses), physical Evidence (bukti fisik), dan productivity & Quality (produktivitas dan kualitas)

Dalam penelitian [9], Adi Nugroho menjelaskan bahwa *Unified Modelling Language* (UML) merupakan bahasa pemodelan untuk sistem atau perangkat lunak yang berparadigma berorientasi objek. Abstraksi konsep dasar UML terdiri dari struktural *classification*, *dynamic behavior*, dan *model management* dapat kita pahami konsep utama sebagai *term* yang akan muncul pada saat membuat diagram dan *view* adalah kategori dari diagram tersebut. UML mendefinisikan diagram-diagram sebagai *Use case diagram*, *Class diagram*, *Statechart diagram*, *Activity diagram*, *Sequence diagram*, *Collaboration diagram*, *Component diagram*, dan *Deployment diagram*.

Pada tahapan ini yaitu merancang sistem dengan rinci berdasarkan hasil analisa sistem yang ada, sehingga dapat menghasilkan model sistem baru yang diusulkan. Kemudian Tahap ini menggunakan analisis Unified Modelling Language (UML) untuk merancang sistem berdasarkan analisis sistem yang ada, memungkinkan penulis untuk memodelkan sistem baru yang diusulkan. Tahapan perancangan sistem meliputi *activity diagram*, *use case diagram*, dan *class diagram*.

2.5 Metode Search Engine Optimization (SEO)

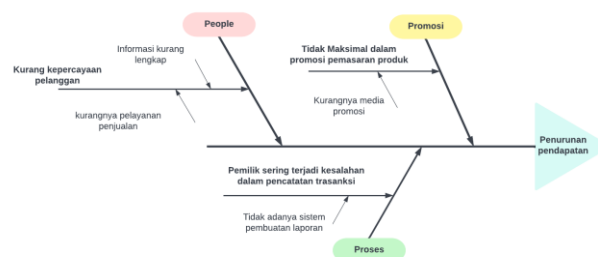
Menurut [10] SEO (Search Engine Optimization) adalah suatu metode dan proses yang dilakukan secara sistematis untuk meningkatkan jumlah kunjungan ke suatu website dengan menggunakan algoritma mesin pencari.

Dalam penelitian ini penulis akan menerapkan teknik SEO untuk meningkatkan peringkat di beranda mesin pencari. Menerapkan optimasi mesin pencari biasanya melibatkan langkah-langkah seperti halnya dengan memasukkan kata kunci yang sesuai dan riset pendahuluan. Untuk mengaktifkan situs web muncul di halaman pertama mesin pencari dengan menggunakan kata kunci yang telah ditentukan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisa Masalah (*Fishbone Diagram*)

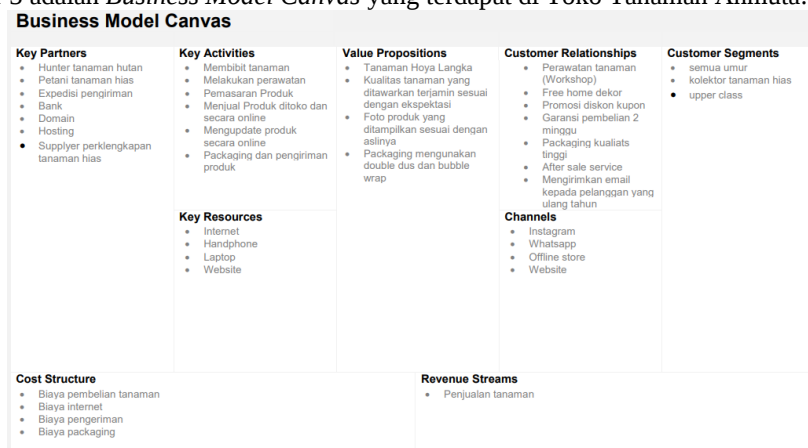
Fishbone diagram menggambarkan analisa masalah yang penulis gambarkan di Toko Tanaman Anmuta. *Effect* permasalahan utama yang terjadi adalah turunnya pendapatan seperti penyebab permasalahan dikolom promosi karena kurangnya media promosi sehingga tidak maksimal dalam promosi pemasaran produk, lalu pada kolom proses karena tidak adanya sistem pembuatan laporan mengakibatkan pemilik sering terjadi kesalahan dalam pencatatan transaksi, selanjutnya pada kolom *people* karena kurangnya informasi lengkap dan pelayanan penjualan mengakibatkan kurangnya kepercayaan pelanggan. Untuk menganalisa masalah yang terjadi. *Fishbone* dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2 *Fishbone Diagram*

3.2 *Business Model Canvas* (BMC)

Pada gambar 3 adalah *Business Model Canvas* yang terdapat di Toko Tanaman Anmuta:



Gambar 3 *Business Model Canvas*

Pada *Business Model Canvas* Anmuta digambar 3, kesembilan blok model BMC adalah:

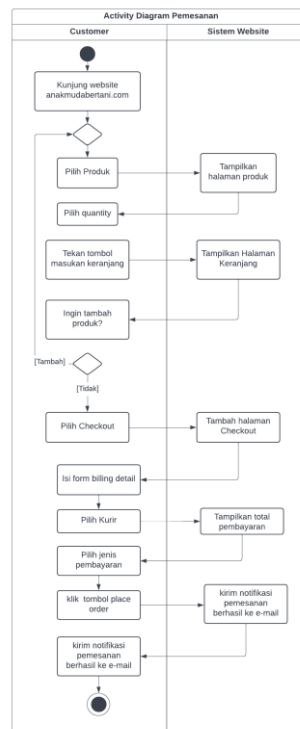
- a. Value Proposition : Nilai tambah bisnis atau manfaat yang diberikan toko Anmuta kepada pelanggan yaitu tanaman hias hoya langka, Kualitas tanaman yang ditawarkan terjamin sesuai dengan ekspektasi, Foto produk yang ditampilkan sesuai dengan aslinya, Packing menggunakan double dus dan bubble wrap, terjamin aman sampai di pelanggan .
- b. Customer Segment: Target pelanggan utama yang memainkan peran sentral dalam penjualan produk Anmuta yaitu Semua kalangan umur dan juga kolektor tanaman hias serta kalangan menengah atas (Upper Class).
- c. Customer Relationship. Anmuta memiliki strategi yang digunakan dalam menjalin relasi dengan pelanggan, yaitu: Perawatan Tanaman seperti melalui workshop, Free home dekor, Promosi Diskon Kupon, Terdapat garansi pembelian 2 minggu, Packaging kualitas tinggi, After sale service (konsultasi langsung melalui WA tentang perawatan tanaman hoya), Mengirimkan ucapan selamat ulang tahun melalui email kepada pelanggan yang berulang tahun
- d. Channels. Toko Anmuta menjangkau pelanggan dengan social media Instagram dan interaksi langsung dengan cara whatsapp. Toko Anmuta juga memiliki toko fisik yang berlokasi di daerah Pasar kemis, Kab.Tangerang. Anmuta juga aktif mengikuti bazar disebuah event tanaman sekaligus melakukan penjualan produk.
- e. Key Activities: Membibit tanaman, Melakukan perawatan, Pemasaran Produk , Menjual produk di toko dan secara online, Mengupdate produk secara online, Packaging dan pengiriman produk
- f. Key Resource: Sumber daya yang dimiliki Toko Anmuta untuk mengelola toko fisik serta platform penjualan yaitu Internet, Handphone, Laptop, Website, Toko Fisik.
- g. Key Partners: Untuk mendukung berjalannya key activities, diperlukan pihak lain di mana Toko Anmuta bekerjasama dengan para petani khususnya tanaman hoya untuk mempermudah mendapatkan tanaman jenis-jenis tertentu yang sulit dicari sekaligus supplier perlengkapan tanaman hias, ekspedisi pengiriman untuk proses pengiriman produk. Toko Anmuta juga bekerjasama kepada pihak ketiga xendit.co agar mempermudah dalam melakukan transaksi pembayaran, di mana memiliki jenis pemilihan pembayaran yang cukup lengkap, di antaranya yaitu melalui retail dan uang elektronik yang telah bekerjasama dengan xendit.co sehingga dapat memudahkan pelanggan dalam bertransaksi. Anmuta juga bekerja sama dengan penyedia hosting dan domain untuk kebutuhan website.
- h. Revenue Streams: Sumber pendapatan pada Toko Anmuta yaitu dari hasil penjualan Tanaman baik melalui toko fisik, social media, maupun website.
- i. Cost Structure: Pengeluaran biaya yang dikeluarkan Toko Anmuta di antaranya yaitu biaya pembelian tanaman, hosting, domain, internet, packaging akomodasi, dan pembelian tanaman.

3.3 Rancangan Sistem

Pada *Activity Diagram* akan menggambarkan suatu jalannya bisnis serta urutan aktivitas dalam suatu proses, menjadikan sebagai sistem usulan untuk pengembangan situs *e-commerce*. Berikut adalah *activity diagram* pada Toko Anmuta.

a. Proses pemesanan produk

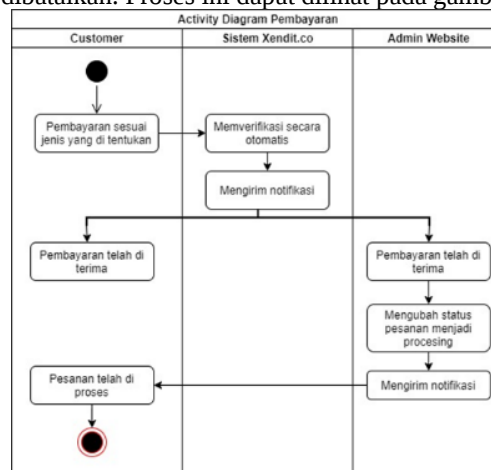
Pada alur proses bisnis usulan ini, pertama pelanggan memasuki website anakmudabertanam.com. lalu pelanggan memilih produk tanaman yang diinginkan. Setelah memilih, pelanggan masuk ke halaman detail produk, kemudian pelanggan langsung klik tombol masukkan keranjang untuk menambahkan pesanan. Jika ingin tambah pesanan, pelanggan bisa memilih lagi produk lain dan mengulangi langkah yang sama, jika tidak ada penambahan produk maka pelanggan bisa langsung menekan tombol checkout lanjut ke proses pemesanan. Selanjutnya pelanggan masuk ke halaman checkout yang menampilkan informasi produk, *form* detail pemesanan, memilih jasa pengiriman, jumlah total yang harus dibayar, serta metode pembayaran. Selanjutnya, jika sudah ditentukan, pilih tombol place order agar melanjutkan proses selanjutnya yaitu pemesanan. Kemudian pelanggan akan mendapatkan notifikasi melalui email pemesanan telah berhasil. Proses pemesanan produk dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4 Diagram Activity Pemesanan Produk

b. Proses Pembayaran

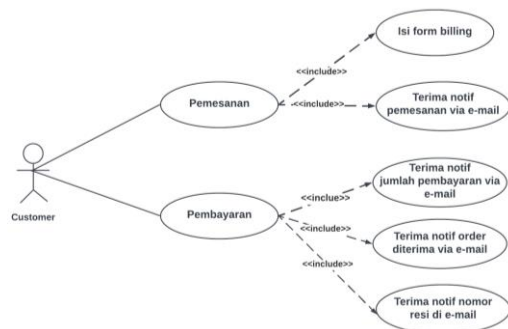
Selanjutnya setelah melakukan pemesanan, Pelanggan kemudian membayar sesuai dengan jumlah klaim rincian yang tertera pada tahap sebelumnya. Ketika pelanggan melakukan pembayaran, sistem secara otomatis mengkonfirmasi dan memberi tahu pelanggan dan admin bahwa pembayaran berhasil. Admin kemudian mengkonfirmasi pembayaran dan mengubah status pesanan menjadi pemrosesan. Status pesanan tersebut juga akan didapatkan oleh pelanggan dari sistem pesanan website. Jika tidak membayar 1x24 jam maka pembayaran otomatis dibatalkan. Proses ini dapat dilihat pada gambar 5.



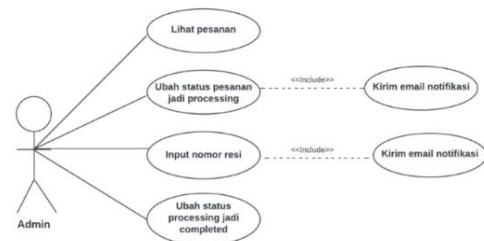
Gambar 5 Diagram Activity Pembayaran

3.4 Use Case Diagram

Pada *Use Case* mendeskripsikan sebuah interaksi antara satu atau lebih aktor yang terdapat beberapa *use case diagram master*, Transaksi dan laporan pada website Toko Tanaman Anmuta. Pada gambar 6 merupakan *use case diagram* transaksi *Customer* yaitu melakukan pemesanan, menerima notifikasi pemesanan, melakukan tagihan pembayaran, menerima notifikasi pembayaran, menerima notifikasi order diterima dan menerima notifikasi nomor resi. Pada gambar 7 *Use Case Diagram* transaksi admin, kemudian yang dilakukan yaitu lihat pesanan, ubah status jadi *processing*, Input nomor resi, Ubah status *processing* jadi *completed*.

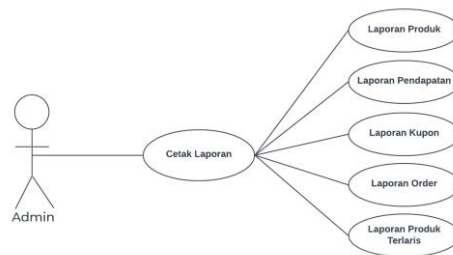


Gambar 6 Use Case Diagram Transaksi Customer



Gambar 7 Use Case Diagram Transaksi Admin

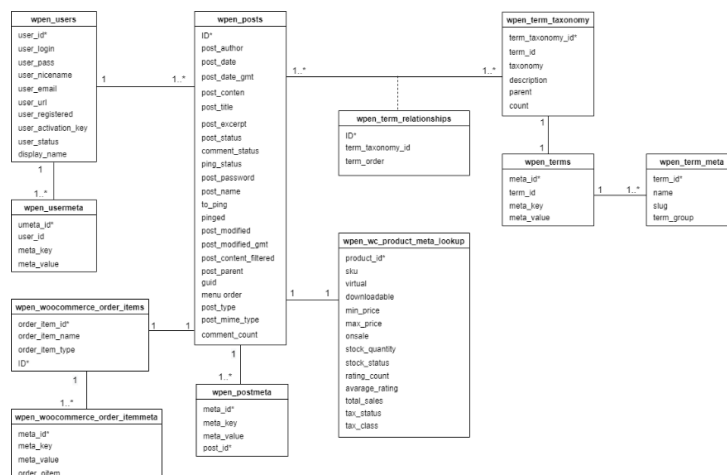
Pada gambar 8 Use Case Diagram cetak laporan yang dilakukan admin yaitu mencetak laporan produk, laporan pendapatan, laporan kupon, laporan order dan laporan produk terlaris.



Gambar 8 Use Case Diagram Cetak Laporan

3.5 Class Diagram

Class Diagram adalah struktur sistem yang terdiri dari kelas data base. Jika membuat database dari situs web, dapat melakukannya dengan membuat Class Diagram sehingga data yang diperlukan oleh situs web disimpan dalam database. Class Diagram website anmuta dapat dilihat pada gambar 9.



Gambar 9 Class Diagram

3.6 Tampilan Layar

Pada tampilan layar situs Toko Anmuta memiliki dua tampilan yaitu tampilan *Front end* dan *Back end*

a. Front End

Pada gambar 10 merupakan tampilan menu utama website Anmuta



Gambar 10 Tampilan *Front End*

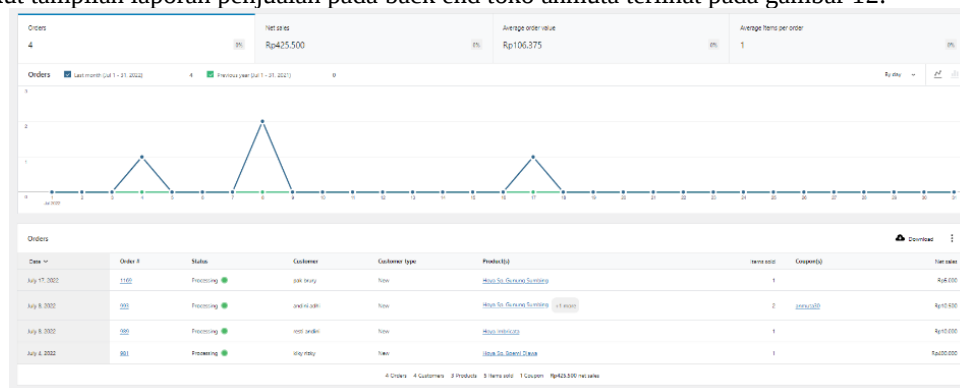
b. *Back End*

Terlihat laporan produk terlaris secara otomatis yang ditampilkan sistem *E-commerce* pada gambar 11.

Top categories - Items sold			Top products - Items sold		
Category	Items sold	Net sales	Product	Items sold	Net sales
Hoya Jawa	3	Rp400,500	Hoya imbricata	2	Rp17,000
Hoya Sulawesi	2	Rp17,000	Hoya Sp. Gunung Sumbing	2	Rp8,500
			Hoya Sp. Boemi Djawa	1	Rp400,000

Gambar 11 Tampilan Laporan produk terlaris *back end*

Berikut tampilan laporan penjualan pada *back end* toko anmuta terlihat pada gambar 12.



Gambar 12 Tampilan laporan penjualan

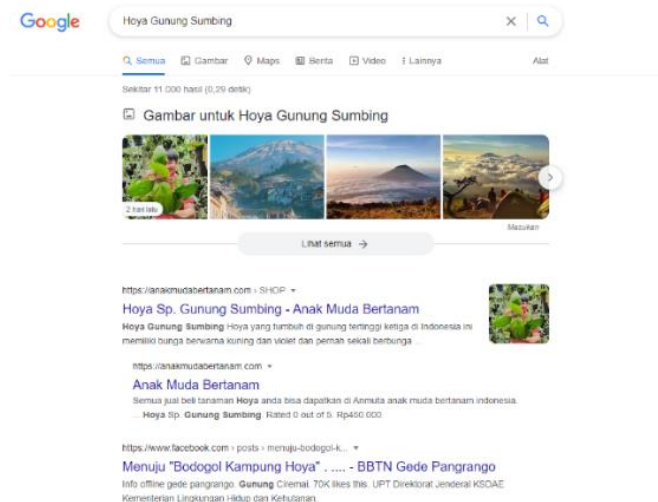
3.7 Search Engine Optimization

Menerapkan *SEO (Search Engine Optimization)* adalah salah satu poin terpenting saat membuat situs web. Fungsinya sangat berpengaruh dalam meningkatkan pengunjung *website* serta membantu dalam meningkatkan penjualan pada *website*. Berikut analisa *SEO* pada salah satu produk di *website* toko Anmuta:

- 1) Untuk penerapannya, bisa dengan memasukkan keyword yang relevan ke dalam struktur konten website.
- 2) Cara untuk mencari kata kunci yang paling tepat adalah melalui *keyword checker* dengan menggunakan beberapa alat bantuan yang membantu dalam menganalisis persaingan, jumlah pencarian, dan menghasilkan banyak pilihan *keyword*. *Keyword checker* yang digunakan yaitu: *Google Keyword Planner*.
- 3) Hasil dari *keyword planner*:
 - a. hoya gunung sumbing
 - b. macam2 bunga hoya
- 4) Dari data tersebut kita bisa buat fokus keyword: hoya gunung sumbing

- 5) Maka dari sini dapat diketahui data pencarian terhadap suatu *keyword* bulanan. Setelah masuk ke *website*-nya, dapat langsung mencari *keyword* yang ditargetkan dengan mengetikkan *keyword* utama. Pilih *keyword* yang memiliki minimal 3 kata
- 6) Dengan demikian, kata kunci yang digunakan untuk SEO pada website anakmudabertanam.com adalah “hoya gunung sumbing”
- 7) Tag meta yang digunakan adalah Title dan Description. Pada setiap *Title* dan *Description* halaman di tambahkan kata kunci, agar terbaca oleh *Google*.
- 8) metadeskripsi: *Indonesia's Endemic Plant Seller*. Semua jual beli tanaman Hoya sampai hoya gunung anda bisa dapatkan di Anmuta anak muda bertanam indonesia.

Berikut dibawah ini merupakan hasil pencarian dengan *keyword* “Hoya gunung sumbing” pada gambar 13



Gambar 13 Tampilan hasil SEO

3.8 Strategi Marketing

Dari beberapa platform media sosial, Instagram adalah platform media sosial yang digunakan oleh Toko Tanaman Anmuta dalam melakukan pemasaran. Strategi yang dilakukan Toko Tanaman Anmuta dengan melakukan foto produk yang menarik, mencantumkan link website anakmudabertanam.com pada bio Instagram agar memudahkan pelanggan untuk mengakses, memberikan promo pada hari – hari tertentu khususnya melalui website yang dipromosikan melalui Instagram.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan batasan masalah dan analisis yang dilakukan pada Toko Tanaman Anmuta dan mencari solusi untuk mengatasi masalah tersebut, maka dapat disimpulkan dengan adanya website dengan metode BMC, dapat meningkatkan penjualan dan menaikkan pendapatan, karena pelanggan bisa melakukan pembelian jarak jauh tanpa harus mendatangi toko anmuta, Dengan semua informasi produk sudah lengkap serta diharapkan memudahkan mengelola laporan yang berkaitan dengan penjualan ataupun *stock* barang seperti laporan produk, laporan *order*, laporan pendapatan, laporan kupon, dan laporan produk terlaris dan lakukan perawatan kata kunci secara rutin pada teknik SEO website e-commerce dengan menggunakan kata kunci yang tepat. anakmudabertanam.com untuk membantu pemilik Toko Tanaman Anmuta meningkatkan promosi penjualan

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Faisal, Anita Diana, Retno Utari, “Implementasi Website E-Commerce Berbasis Content Management System Wordpress Pada Toko Pesona Tanaman,” 2021.
- [2] H. T. L. Sajiah, “Perancangan Aplikasi Pelayanan E-Commerce Tanaman Hias Berbasis Android,” 2021.
- [3] A. . E. & M. S. Arman, “Analisa Dan Perancangan Aplikasi Penjualan Tanaman Hias,” 2019, Accessed: May 29, 2022. [Online]. Available: <https://doi.org/10.31849/Digitalzone.V10i1.2346>
- [4] M. D. Lusita, Y. I. Chandra, And E. Orlando, “Penerapan Model Rapid Application Development Dalam Membangun Aplikasi E-Commerce Tanaman Hias Di Toko Anak Tanam Berbasis Web,” Vol. 2, Pp. 68–78, 2022.
- [5] P. U. Musthofa And Y. Amrozi, “Model Situs E-Commerce Tanaman Hias,” *J. Simada (Sistem Inf. Dan Manaj. Basis Data)*, Vol. 4, No. 1, Pp. 11–21, 2021, [Online]. Available: <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/Simada/Article/View/2615>

- [6] A. Peter Widodo, P. Budi Santoso, Z. Darmawan, And J. M. Jl Haryono, “Perancangan Website E-Commerce Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk Pada Toko Mebel Dengan Menggunakan Tool Opencart (Studi Kasus Di Toko Mebel Fortuna) E-Commerce Website Design As An Effort To Increase Product Sales In Furniture Store By Using Opencart (Case Study In Fortuna Furniture Store),” 2015.
- [7] Osterwalder & Pigneur, “Business Model Generation: A Handbook For Visionaries, Game Changers, And ... - Alexander Osterwalder, Yves Pigneur - Google Buku,” 2010. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Uzutawaaqbaj&oi=fnd&pg=pp1&dq=Osterwalder+%26+Pigneur,+2010&ots=Yygpejg3-Y&sig=Gjhmewepprwpganrrrrzztxhgg&redir_esc=Y#v=onepage&q=Osterwalder+%26+Pigneur%2c+2010&f=false (Accessed May 29, 2022).
- [8] M. Levy And B. A. Weitz, *Retailing Management*, 8th Ed. New York Ny: Mcgraw-Hill Irwin, 2012.
- [9] Suendri, “Implementasi Diagram Uml (Unified Modelling Language) Pada Perancangan Sistem Informasi Remunerasi Dosen Dengan Database Oracle (Studi Kasus: Uin Sumatera Utara Medan),” *Algoritma. J. Ilmu Komput. Dan Inform.*, P. 1, 2018, [Online]. Available: <http://www.omg.org>
- [10] H. Artanto And F. Nurdiansyah, “Penerapan Seo (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk,” *Jointecs (Journal Inf. Technol. Comput. Sci.*, Vol. 2, No. 1, Pp. 2–5, 2017, Doi: 10.31328/Jointecs.V2i1.409.