

# Aplikasi *E-Commerce* Berbasis *Content Management System* untuk Meningkatkan Penjualan pada Toko RB Supply

Faturrahman Ar Rasyid<sup>1</sup>, Safitri Juanita<sup>2</sup>

Program Sudi Sistem Informasi Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur Jakarta

<sup>1\*</sup>[rasyidfatur15@gmail.com](mailto:rasyidfatur15@gmail.com) <sup>2\*</sup>[safitri.juanita@budiluhur.ac.id](mailto:safitri.juanita@budiluhur.ac.id)

Diterima : 01 September 2023

Disetujui : 28 September 2023

**Abstract**—Penjualan fashion saat ini berkembang pesat, salah satu usaha fashion adalah toko RB Supply yang fokus dalam penjualan fashion dan beroperasi sejak bulan Juni 2020 saat ini melakukan proses penjualan menggunakan media sosial Instagram. Masalah yang dihadapi pada tempat studi kasus antara lain pemasaran produk belum luas, sehingga potensi pelanggan baru yang dapat dijangkau juga terbatas, tingkat persaingan yang tinggi dengan banyaknya toko lain yang menjual produk serupa sehingga sulit bersaing, belum memiliki sistem yang tepat untuk mencatat dan menganalisis data sehingga belum ada pembuatan laporan data pelanggan serta transaksi penjualan dengan akurat, cepat dan efisien, serta sulit mengenali kebiasaan belanja pelanggan dan memberikan penawaran yang lebih relevan. Sehingga perlu melakukan penelitian untuk menerapkan aplikasi *e-commerce* pada toko RB Supply menggunakan CMS *WordPress* dengan penerapan *search engine optimization* (SEO). Tujuannya adalah membantu Toko RB Supply dalam meningkatkan penjualan melalui penerapan sistem *E-Commerce* berbasis CMS sehingga menjadi sistem yang lebih efisien dan efektif. Kesimpulan penelitian ini adalah dengan adanya penerapan CMS dengan teknik SEO pada aplikasi *e-commerce* maka toko RB Supply memiliki sarana pemasaran yang lebih luas sehingga dapat menjangkau pelanggan yang potensial. Selain itu aplikasi *e-commerce* juga mempermudah pelanggan ataupun calon pelanggan pada toko RB Supply untuk melihat detail produk berdasarkan kategori, serta dapat merekapitulasi seluruh transaksi penjualan pada *e-commerce* dengan cepat, akurat sehingga lebih efektif dan efisien.

**Keywords** — *content management system, e-commerce, fashion shop, search engine optimization, Toko RB Supply*

## I. PENDAHULUAN

Penjualan *fashion* menggunakan media *online* ternyata menjadi salah satu alasan para konsumen melakukan pembelian karena tampilan *fashion* yang jauh lebih menarik saat ditampilkan di halaman *e-commerce* [1]. Salah satu usaha *fashion* bernama toko RB Supply merupakan sebuah usaha penjualan barang-barang *fashion* yang telah beroperasi sejak bulan Juni tahun 2020 ingin menerapkan sistem *e-commerce* karena memiliki beberapa masalah, antara lain terbatasnya target pasar karena proses promosi produk saat ini yang hanya dilakukan melalui *instagram @rb.supply* dengan jumlah *followers* hanya 8.918, sehingga potensi pelanggan baru yang dapat dijangkau juga terbatas. Hal ini

mengakibatkan pemasaran produk belum luas, dan toko kesulitan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan potensial.

Selain itu, Toko RB Supply juga menghadapi tingkat kompetisi yang tinggi di industri *fashion online*. Toko juga menghadapi kesulitan dalam mengetahui laporan rekapitulasi produk terbaik, tanpa sistem yang efisien untuk mencatat dan menganalisis data pelanggan, toko sulit untuk mengenali kebiasaan belanja pelanggan dan memberikan penawaran yang lebih relevan. Hal tersebut juga dapat mengakibatkan pelanggan tidak mengetahui produk terbaik dari Toko RB Supply, yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Dalam mengatasi masalah-masalah tersebut, maka penelitian ini berkontribusi untuk menganalisis model bisnis dengan model *Business Model Canvas* (BMC) kemudian melakukan analisis dan desain *E-Commerce* menggunakan *Content Management System* (CMS) *WordPress* dengan penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) pada toko RB Supply. CMS merupakan sebuah aplikasi berbasis web yang umumnya digunakan untuk mengelola konten pada suatu website [2].

SEO adalah suatu proses untuk mengoptimalkan halaman web dalam mesin pencarian [3]. SEO juga membantu memberikan pengaruh positif dan signifikan bagi *e-commerce* [4]. Pada penelitian ini, SEO digunakan untuk mengoptimalkan kinerja mesin pencari terhadap aplikasi *e-commerce* pada toko RB supply.

Penelitian sebelumnya yang menyelesaikan masalah dengan menerapkan model bisnis *e-commerce* dengan CMS sudah pernah dilakukan antara lain; online shop Flanelis yang menerapkan *e-commerce* menggunakan CMS Wordpress terbukti membantu toko dalam memperluas pemasaran, serta mempermudah pemilik dalam mencetak laporan dengan cepat juga akurat [5]. Penelitian lainnya dilakukan pada *Alvia Store* yang menerapkan *E-Commerce* dengan menggunakan CMS Prestashop, dan menyimpulkan bahwa aplikasi *e-commerce* dengan CMS dapat memudahkan konsumen ataupun penjual dalam transaksi penjualan [6].

Penelitian lainnya dilakukan pada *DnD Collection* yang membangun sebuah sistem *E-Commerce* menggunakan CMS *Opencart*, penelitian ini menyimpulkan bahwa aplikasi *Content Management System* (CMS) *Opencart* ini sangat efektif dan efisien untuk digunakan untuk jual beli online serta membantu memperluas pemasaran [7].

Penelitian lainnya dilakukan pada *online shop AYA ATELIER Jombang* yang membuat *e-commerce* menggunakan CMS *WordPress* sebagai media promosi dan berisi detail produk yang ditawarkan oleh *Aya Atelier Jombang* [8]. Selain itu terdapat penelitian yang dilakukan pada toko pakaian *Chaca Collections* yang mengembangkan sistem *e-commerce*

menggunakan CMS sehingga dapat membantu dalam memasarkan produk terbaru serta dapat meningkatkan hasil penjualan, karena dapat melakukan pembelian selama ada internet [9].

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya dapat diketahui bahwa CMS terbukti sebagai alat yang dapat membantu menerapkan *e-commerce*. Sehingga pada penelitian ini, penerapan aplikasi *E-Commerce* menggunakan CMS *Wordpress* dengan studi kasus pada Toko RB Supply, penelitian ini memiliki studi kasus yang berbeda dengan penelitian sebelumnya.

Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah membantu Toko RB Supply dalam meningkatkan penjualan melalui penerapan sistem *E-Commerce* berbasis CMS sehingga menjadi sistem yang lebih efisien dan efektif.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini, menggunakan tahapan-tahapan penelitian yang terdapat pada Gambar 1. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif [10] dengan tempat studi kasus adalah Toko RB Supply.

Pada Gambar 1 terdapat beberapa tahapan yaitu; tahapan pengumpulan data dengan 2 (dua) cara yaitu observasi [11] langsung pada Toko RB Supply yang beralamatkan di jl. Berdikari dalam no. 27, RT.001/RW. 01, Sukabumi Utara, Kebon Jeruk, DKI Jakarta. Cara kedua adalah wawancara [11] kepada narasumber yaitu pemilik Toko RB Supply. Tahap berikutnya adalah *literature review*, yaitu melakukan pencarian studi literatur yang terkait dengan *E-Commerce* dan bisnis penjualan, serta memahami berbagai teori yang relevan dengan fokus penelitian.



Gambar 1. Tahapan penelitian aplikasi *E-Commerce* berbasis *Content Management System* untuk meningkatkan penjualan pada toko RB Supply.

Kemudian tahap berikutnya analisis model bisnis Toko RB Supply dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) yang telah dipakai oleh banyak penelitian karena bersifat fleksibel dan dapat beradaptasi dengan perubahan pasar dan permintaan pelanggan [12].

Kemudian pada tahap berikutnya melakukan analisis proses bisnis dengan beberapa tahapan sebagai berikut: (a) analisis proses bisnis dengan *activity diagram*, (b) analisis kebutuhan fungsional dengan *use case diagram*, dan *use case description*. (c) analisis rancangan layar dengan pembuatan desain untuk membuat tampilan antarmuka pengguna (*user interface*) dengan menggunakan *Balsamiq Mockups*.

Tahap berikutnya melakukan instalasi dan konfigurasi CMS Wordpress Versi 6.2.1[2], pada tahap ini melakukan instalasi *plugin* seperti Elementor, Essential adding for elementor, LiteSpeed Cache, Ongkos kirim.id, Site Kit, WooCommerce Whishlist, Yoast SEO, Confirm Payment, Click to Chat, Advanted Order, WooCommerce Notification X, Percel Panel Shipment, Order Approval dan Yoast SEO.

Tahapan berikutnya adalah implementasi *E-Commerce* dengan beberapa tahapan sebagai berikut: (a) menyewa *domain dan hosting* di *website niagahoster* dengan nama domain *rbsupply.site* selama 1 tahun serta hosting dengan jangka waktu selama 1 bulan; (b) Melakukan instalasi CMS *Wordpress* sesuai dengan model bisnis dan melakukan beberapa proses konfigurasi

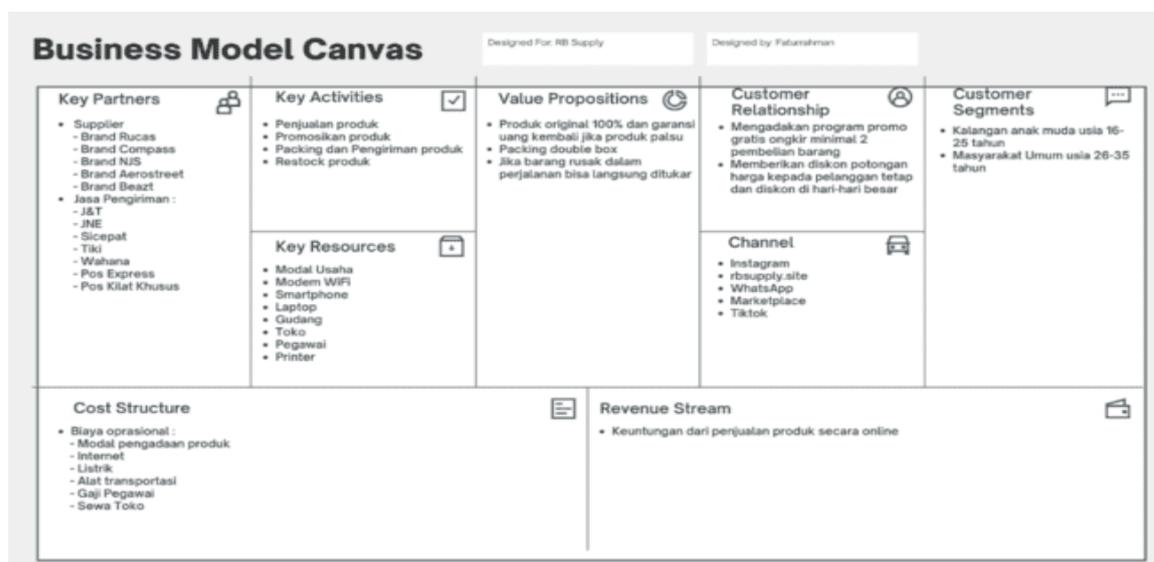
*plugin* pada *wordpress* yang diperlukan untuk menunjang *website E-Commerce* Toko RB Supply; (c) Meng-*upload* produk yang dijual oleh Toko RB Supply ke halaman *E-Commerce* yang dapat dikases pada <https://rbsupply.site/>, pada tahapan ini terdapat 5 kategori produk dan meng-*upload* 35 detail produk yang terdapat dari berbagai macam kategori;

Pada tahapan terakhir adalah tahapan konfigurasi SEO (*Search Engine Optimization*) adalah salah satu strategi pemasaran yang digunakan dengan cara mengoptimalkan mesin pencari dengan tujuan membuat *website* yang telah dibuat berada pada peringkat teratas atau halaman pertama dari hasil pencarian pada mesin pencari [4]. Penelitian ini menggunakan strategi marketing SEO dengan tahapan sebagai berikut; install *plugin* Yoast SEO, daftarkan properti pada Google Search Console, dan memasukan kode verifikasi Google. Selanjutnya melakukan optimasi SEO pada konten dan halamannya sebagai berikut: nama produk, deskripsi produk, gambar produk, tag produk, frasa kunci utama, judul SEO, deskripsi meta, hasil analisis *Yoast* SEO, hasil analisis keterbacaan, dan hasil SEO.

### III. HASIL PEMBAHASAN

#### A. Analisis Strategi Model Bisnis dengan *Business Model Canvas* (BMC)

Pada Gambar 2 menjelaskan strategi bisnis pada Toko RB Supply dengan *Business Model Canvas* [12] yang terdiri dari 9 (sembilan)



Gambar 1. Analisis *Business Model Canvas* (BMC) pada Toko RB Supply

variabel yaitu: (1) *Key Partners*, bagian ini menjelaskan tentang hubungan bisnis dengan entitas lainnya yang mendorong bisnis ini tetap berjalan seperti pemasok dari Toko RB supply yaitu Pemasok Brand Rucas, Compass, NJS, Aerostreet, dan Beatz. Jasa pengiriman barang seperti: J&T, JNE, Sicepat, Tiki, Wahana, Pos Express, dan Pos Kilat Khusus;

(2) *Key Activities*, bagian ini berisi tentang aktivitas yang dilakukan oleh Toko RB Supply dalam melakukan kegiatan bisnisnya setiap hari berupa: penjualan produk, promosi produk, pengemasan (*packing*) dan pengiriman produk, dan stok ulang (*restock*) produk jika ketersediaan produk sudah mulai menipis atau sudah habis.

(3) *Value Propositions*, bagian ini berisi kelebihan yang ditawarkan oleh Toko RB Supply kepada pelanggannya dibandingkan pesaingnya; mulai dari produk asli (*original*) 100% dan garansi uang kembali jika produk yang dikirim oleh toko palsu atau tidak sesuai; menggunakan pengemasan *double box* untuk melindungi/meminimalisir agar produk tidak rusak pada saat Pengiriman; jika produk yang dikirimkan rusak dalam perjalanan, maka produk tersebut langsung ditukar dengan produk yang baru;

(4) *Customer Relationship*, bagian ini merupakan strategi perusahaan untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan yang bertujuan mempertahankan pelanggan yang ada agar melakukan pembelian berulang seperti mengadakan program promo gratis ongkir minimal dua pembelian barang setiap pelanggan, memberikan diskon potongan harga untuk pelanggan tetap dan diskon di hari-hari besar misalnya bulan ramadhan, hari natal, dan tahun baru.

(5) *Customer Segments*, bagian ini mengenai target pasar yang merupakan pelanggan paling potensial dari produk yang dijual oleh Toko RB Supply yaitu kalangan anak muda usia 16-25 tahun dan masyarakat umum usia 26 hingga 35 tahun, karena produk yang dijual adalah produk fashion yang paling diminati oleh masyarakat saat ini;

(6) *Key Resource*, bagian ini mengenai aset atau sumber daya utama yang dibutuhkan agar

bisnis dapat berjalan dengan efektif dari Toko RB Supply diantaranya modal usaha untuk menjalankan bisnis, modem wifi berguna membantu meningkatkan kinerja bagi karyawan, gudang untuk tempat penyimpanan barang, toko sebagai tempat untuk menampilkan produk-produk yang dijual, pegawai berguna untuk menjalankan bisnis usaha, printer untuk mencetak resi pengiriman dan smarphone atau laptop sebagai media informasi serta penyimpanan data untuk menjalankan bisnis usaha Toko RB Supply.

(7) *Channel*, bagian ini menjelaskan media atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan produk kepada konsumen yang dipakai oleh Toko RB Supply dalam meningkatkan target pemasaran produk diantaranya instagram sebagai media sosial yang sangat efektif untuk memperluas pemasaran dalam mempromosikan produk, *website E-commerce* rbsupply.site sebagai katalog *online* mengenai produk apa saja yang dijual, *whatsapp* sebagai media interaksi dengan *pelanggan*, *marketplace* mempermudah untuk menjangkau konsumen baru secara *online* dan Tiktok berfungsi membantu konten produk yang dijual agar tayang di laman *For You Page* (FYP) serta meningkatkan visibilitas merek dan kredibilitas Toko RB Supply;

(8) *Cost Structure*, bagian ini berisi tentang total keseluruhan biaya yang digunakan untuk pengeluaran dalam menjalankan suatu bisnis usaha seperti biaya operasional meliputi modal pengadaan produk, internet, listrik, alat transportasi, gaji pegawai dan sewa toko;

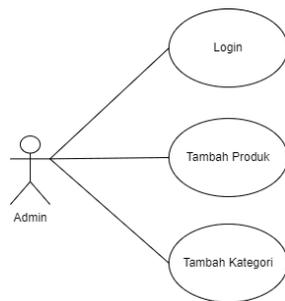
(9) *Revenue Stream*, bagian ini mengenai komponen operasional yang menunjukkan bagaimana Toko RB Supply mendapatkan sumber pendapatan dalam menjalankan bisnis usaha ini berasal keuntungan hasil penjualan produk yang dijual secara *online* maupun secara *offline*.

## B. Analisis Kebutuhan Sistem

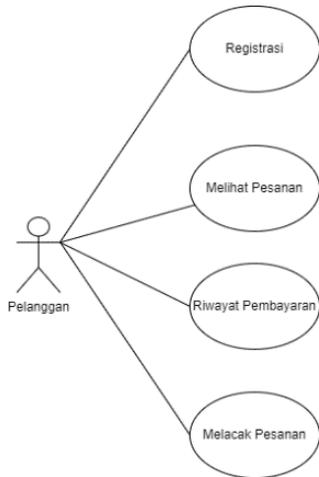
Pada tahapan ini merupakan hasil analisis kebutuhan fungsional aplikasi *E-Commerce* pada Toko RB Supply.

### 1. Use Case Diagram Master

Pada *use case diagram* master, aplikasi dibagi menjadi 2 pengguna yang berbeda yaitu master admin dan master pelanggan. Gambar 3 menampilkan fitur admin, yaitu dapat mengakses fitur login, tambah produk, dan tambah kategori. Gambar 4 menampilkan fitur pelanggan yang dapat mengakses fitur registrasi berupa nama dan alamat email, pelanggan dapat melihat produk apa saja yang dijual, pelanggan dapat melihat riwayat pembayaran yang ditelaah dilakukan, dan pelanggan bisa melacak pesanan yang sedang menuju lokasi tujuan.



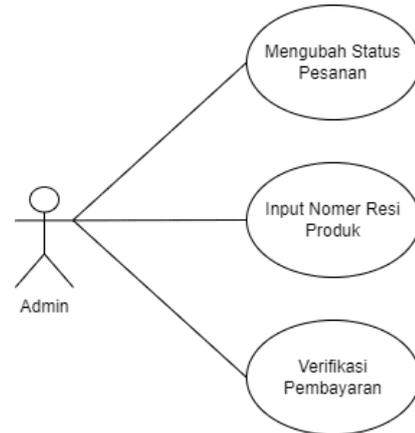
Gambar 2. Use case diagram master admin



Gambar 3. Use case diagram master pelanggan

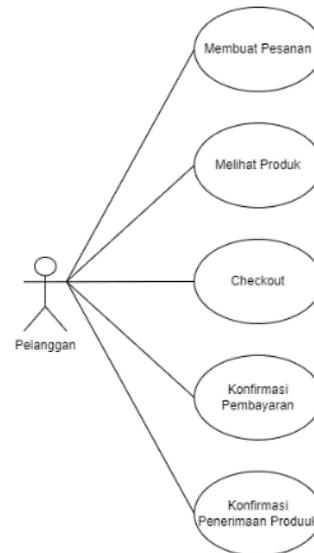
## 2. Use Case Diagram Transaksi

Pada *use case* ini dibagi menjadi 2 yaitu use case transaksi admin dan transaksi pelanggan. Gambar 5 menampilkan analisis fitur admin yang dapat mengubah status pesanan pelanggan sesuai kondisi transaksinya, admin dapat *input* nomer resi produk agar pelanggan mengetahui resi produk mereka, dan admin dapat melakukan verifikasi pembayaran yang sudah dilakukan oleh pelanggan.



Gambar 4. Use case diagram transaksi admin

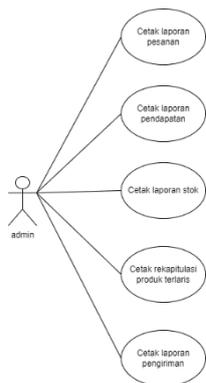
Gambar 6 menampilkan analisis fitur pelanggan yaitu pelanggan dapat membuat pesanan, pelanggan dapat melihat produk yang dijual, pelanggan dapat melakukan *checkout* terhadap produk tersebut, pelanggan bisa melakukan konfirmasi pembayaran kepada admin, dan pelanggan dapat konfirmasi penerimaan produk jika sudah sampai tujuan.



Gambar 5. Use case diagram transaksi pelanggan

## 3. Use Case Diagram Laporan

Pada gambar 7, use case diagram laporan, hasil analisis menampilkan bahwa admin memiliki fitur dapat mengetahui seluruh hasil laporan dalam menjalankan bisnisnya dengan melakukan cetak laporan pesanan, cetak laporan pendapatan, cetak laporan stok, cetak laporan rekapitulasi produk terlaris, dan cetak laporan pengiriman.



Gambar 6. Use case diagram laporan

### C. Impelementasi E-Commerce

Pada Tahapan ini ditampilkan hasil penelitian berupa aplikasi E-Commerce menggunakan CMS Wordpress versi 6.2.1 Pada Toko RB Supply.

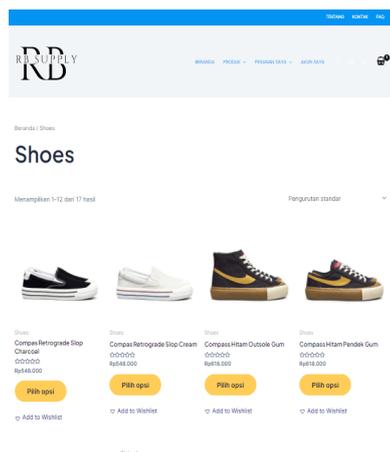
#### 1. Tampilan halaman depan E-Commerce

Pada Gambar 8 merupakan tampilan halaman depan yang pertama kali pengunjung lihat dari aplikasi E-Commerce pada Toko RB Supply.



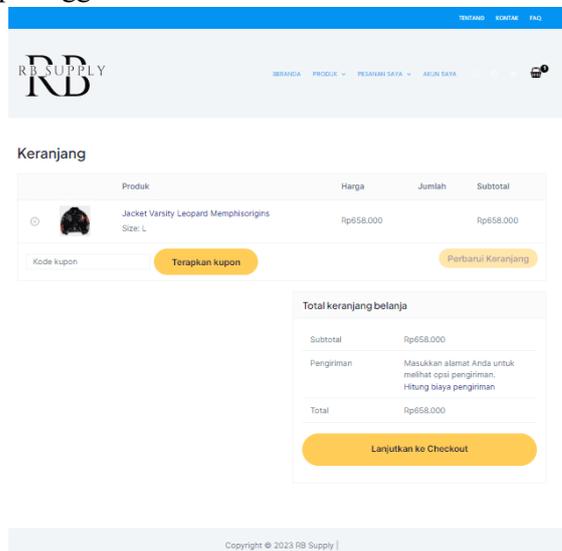
Gambar 7. Halaman beranda e-commerce pada toko RB Supply

Pada gambar 9 merupakan tampilan produk dan detil produk yang dijual oleh toko RB Supply dan terdapat pada aplikasi e-commerce.



Gambar 8. Halaman belanja e-commerce pada toko RB Supply

Pada gambar 10 merupakan tampilan halaman keranjang belanja setelah pelanggan selesai memilih produk dan ingin melakukan check-out. Pada gambar 10 terlihat detail produk yang ada di keranjang belanja, voucher diskon (jika ada) serta total belanja yang harus dibayarkan oleh pelanggan.



Gambar 9. Halaman keranjang pada Toko RB Supply

#### 2. Tampilan Layar Laporan (Back-end)

Pada Gambar 11 merupakan halaman back-end E-Commerce pada Toko RB Supply, yang hanya dapat diakses admin untuk melihat daftar pesanan yang masuk.

Tanggal	Pesanan #	Status	Pelanggan	Jenis pembayaran	Produk	Jumlah barang	Kupon	Penjualan Bersih
12 Juli 2023	821	Selesai	Rafiq Rahman	Ya	Compass Retrograde Slip Cream	1		Rp1.080.000
11 Juli 2023	820	Selesai	Dewa Pradika	Ya	Compass Hitam Outside Gum	1		Rp618.000
11 Juli 2023	820	Selesai	Rafiq Rahman	Ya	Compass Retrograde Slip Cream	1		Rp1.080.000
11 Juli 2023	820	Selesai	Rafiq Rahman	Ya	Compass Hitam Outside Gum	1		Rp1.080.000
11 Juli 2023	820	Selesai	Adha Fathia	Ya	Compass Retrograde Slip Cream	1		Rp1.080.000
10 Juli 2023	820	Selesai	Rafiq Zuhri	Ya	Compass Hitam Outside Gum	1		Rp748.000
10 Juli 2023	820	Selesai	Andri Luchita Sari	Pembayaran	Compass Hitam Outside Gum	1		Rp748.000
9 Juli 2023	820	Selesai	Rafiq Rahman	Ya	Compass Hitam Outside Gum	1		Rp748.000
9 Juli 2023	820	Selesai	Haylana Partikurnyanti	Ya	Compass Hitam Outside Gum	1		Rp748.000
25/06/2023 00:00	820	Selesai	Andri Luchita Sari	Ya	Compass Hitam Outside Gum	1		Rp748.000

Gambar 10. Halaman laporan pesanan untuk E-Commerce pada Toko RB supply

Pada gambar 12 merupakan halaman laporan pesanan yang hanya dapat dilihat admin dan dapat dicetak dengan format .csv.

Tanggal	Pesanan	Penjualan kotor	Penjualan Bersih	Pengiriman	Total penjualan
12/07/2023 00:00	1	1098000	1098000	10000	1108000
11/07/2023 00:00	4	3912000	3912000	36000	3948000
10/07/2023 00:00	2	1496000	1496000	34000	1530000
09/07/2023 00:00	1	618000	618000	10000	628000
05/07/2023 00:00	1	748000	748000	20000	768000
25/06/2023 00:00	1	748000	748000	16000	764000
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>8620000</b>	<b>8620000</b>	<b>126000</b>	<b>8746000</b>

Gambar 11. Halaman laporan pendapatan untuk E-Commerce pada Toko RB supply

Pada gambar 13 merupakan tampilan halaman e-commerce untuk tampilan laporan stok pada

toko RB supply, fitur ini memungkinkan *admin* untuk mencetak laporan pendapatan dalam format .csv.

Produk/Variasi	SKU	Status	Stok
COMPASS FR2 WORSHIPPER SS T-SHIRT		Tersedia	9
Compass Retrograde Slope Green		Tersedia	15
Flannel Hand Dye Rucas		Tersedia	15
Compass Retrograde Gazelle Beige		Tersedia	13
Jacket Harrington Shreya Memehisorigins	10	Tersedia	13
Compass Retrograde Velocity Biru		Tersedia	12
Compass Pendek Wafer Green		Tersedia	14

Gambar 12. Halaman *e-commerce* untuk laporan stok pada Toko RB supply

Pada gambar 14 merupakan halaman laporan rekapitulasi produk terlaris, dimana admin dapat melihat dan mencetak produk yang paling banyak terjual dalam format .csv.

Produk	Item terjual	Penjualan Bersih
Helim Pink Glossy NUS	4	Rp2.992.000
Compass Retrograde Velocity Hitam	3	Rp3.294.000
Compass Hitam Pendek Ice	2	Rp1.236.000
Compass Retrograde Velocity Abu	1	Rp1.098.000

Gambar 13. Halaman *e-commerce* untuk laporan rekapitulasi produk terlaris pada Toko RB supply

Full Name (Shipping)	Address 1 (Shipping)	City (Shipping)	City, State Zip (Shipping)	Postcode (Shipping)	State Name (Shipping)	Country Name (Shipping)	State Code (Shipping)	Country Code (Shipping)	Phone (Shipping)
Fatur Rahman	Kampung Jawa RT08/RW09	JAKARTA SELATAN	JAKARTA SELATAN, JK 12223	12223	DKI Jakarta	Indonesia	JK	ID	
Danu Pradipa	Jl. Dharma Raya RT01/RW01	JAKARTA BARAT	JAKARTA BARAT, JK 11730	11730	DKI Jakarta	Indonesia	JK	ID	
Aif Yaumul	Jl. Edelweid 1 RT01/RW 02	TANGERANG SELATAN	TANGERANG SELATAN, BT 15326	15326	Banten	Indonesia	BT	ID	
Fathin Andri	Jl. Asriot RT02/RW01	JAKARTA BARAT	JAKARTA BARAT, JK 11560	11560	DKI Jakarta	Indonesia	JK	ID	
Adha Fadila	Jl. Kemperangan Gempol RT 11/RW 8 kec. Kemperangan	JAKARTA PUSAT	JAKARTA PUSAT, JK 10620	10620	DKI Jakarta	Indonesia	JK	ID	
Fadli Zuhri	Jl. Cibodol RT07/RW08 kel Ciputat	JAKARTA SELATAN	JAKARTA SELATAN, JK 15346	15346	DKI Jakarta	Indonesia	JK	ID	
andri juaeta van	Jalan H.Spin, RT.4/RW.4, Tengah Candiug Karang Tengah (No.33), KOTA TANGERANG, KABUPATEN TANGGAH BANWATI, ID. 15152	TANGERANG	TANGERANG, BT 15157	15157	Banten	Indonesia	BT	ID	

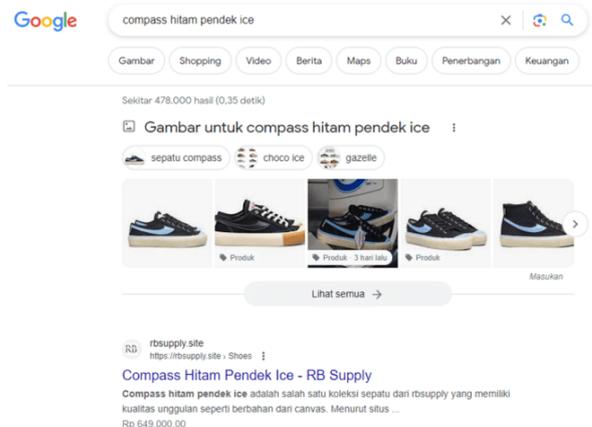
Gambar 15. Halaman *e-commerce* untuk laporan pengiriman pada toko RB supply

Pada gambar 15, admin dapat mengakses fitur untuk menampilkan dan mencetak halaman laporan pengiriman.

### 3. Strategi SEO (*Search Engine Optimization*)

Dalam melakukan strategi SEO, *install* plugin Yoast SEO, daftarkan properti pada Google search console, dan meminta kode verifikasi google. Pada penelitian ini juga melakukan optimalisasi SEO pada konten dan halaman dalam meningkatkan

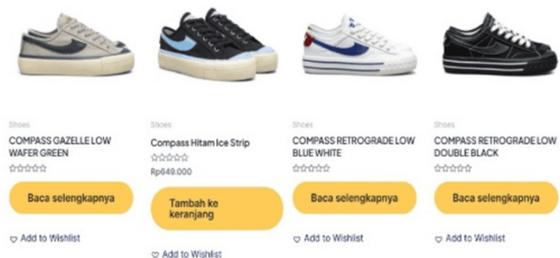
pengunjung tahapannya sebagai berikut: nama produk, deskripsi produk, gambar produk, tag produk, frasa kunci utama, judul SEO, deskripsi meta, hasil analisis yoast SEO, hasil analisis keterbacaan, hasil SEO. Pada gambar 16 adalah hasil pencarian menggunakan kata kunci “compass hitam pendek ice” pada tanggal 21 juni 2023 dan aplikasi *e-commerce* toko RB Supply tampil pada halaman pertama.



Gambar 14. Tampilan Hasil SEO pada tanggal 21 Juni 2023 aplikasi *e-commerce* toko RB supply

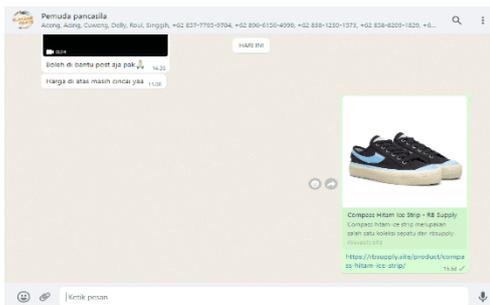
### 4. Strategi Marketing

Pada penelitian ini Toko RB Supply menggunakan strategi *marketing* dalam *website e-commerce* untuk meningkatkan transaksi penjualan dengan memakai strategi *marketing* yaitu *product*, *price*, dan *promotion* [13]. Pada gambar 17, toko RB Supply membuat kategori dari produk agar pelanggan mudah mencari produk.

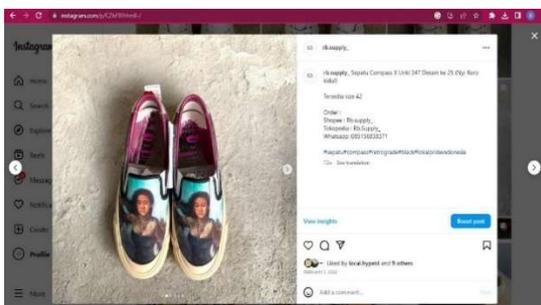


Gambar 15. Strategi Marketing Product

Pada gambar 18, Toko RB Supply memberikan diskon pada harga agar terlihat menarik secara psikologis [13]. Pada gambar 19 dan 20, Toko RB Supply melakukan promosi pada sosial media instagram dan whatapp dengan membuat promosi toko dan produk ditambah *link website* toko agar pelanggan dapat mengakses *E-Commerce* Toko RB Supply.



Gambar 16. Strategi marketing whatsapp



Gambar 17. Strategi marketing promosi instagram

#### IV. SIMPULAN

Penelitian ini membahas tentang meningkatkan penjualan dengan menerapkan aplikasi *e-commerce* berbasis *Content Management System* (CMS) pada toko RB Supply. Hasil penelitian membuktikan bahwa dengan adanya penerapan teknik SEO pada aplikasi *e-commerce* maka toko RB Supply memiliki sarana pemasaran yang lebih luas sehingga dapat menjangkau pelanggan yang potensial. Selain itu aplikasi *e-commerce* juga mempermudah pelanggan ataupun calon pelanggan pada toko RB Supply untuk melihat detail produk berdasarkan kategori, serta dapat merekapitulasi seluruh transaksi penjualan pada *e-commerce* dengan cepat, akurat sehingga lebih efektif dan efisien.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Q. Qotrunnada and M. F. Maulana, "Konsumerisme Dalam Tren Brand Fesyen Muslimah Di Jakarta," *MUQODDIMA J. Pemikir. dan Ris. Sociol.*, vol. 3, no. 2, pp. 93–104, 2022, doi: 10.47776/MJPRS.003.02.03.
- [2] G. Sharma, A. Kute, N. Jadhav, N. Kolhe, and A. Tiwari, "Review of Web Content Management Systems and their Increasing Demand in Market," *Int. J. Res. Appl. Sci. Eng. Technol.*, vol. 10, no. 12, pp. 1231–1235, 2022, doi: 10.22214/ijraset.2022.48167.
- [3] D. E. Santi, "Peran Online Advertising Pada Pemasaran Axis," *Source J. Ilmu Komun.*, vol. 6, no. 1, p. 58, 2020, doi: 10.35308/source.v6i1.1768.
- [4] A. Alwi, H. W. Rahmatsyah, and N. Hermina, "Pengaruh search engine optimization, dan media sosial terhadap minat beli melalui e- service quality di e-commerce pada masa pandemic covid-19," *Forum Ekon.*, vol. 24, no. 2, pp. 346–354, 2022, doi: 10.30872/jfor.v24i2.10817.
- [5] A. Fuad and S. Juanita, "Penerapan E-Commerce Menggunakan Cms Wordpress Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Online Shop Flanelis," *IDEALIS*, vol. 3, no. 1, pp. 511–518, 2020.
- [6] T. F. Adicandra and M. Rusli, "Perancangan Website e-commerce pada Toko Online Alvia Store," *Kalbisia J. Mhs. Inst. Teknol. dan Bisnis Kalbis*, vol. 9, no. 2, pp. 436–454, 2023.
- [7] F. L. Witi and Y. D. Khwuta, "Rancang Bangun Sistem E-Commerce Menggunakan Aplikasi Content Management System OpenCart Untuk Meningkatkan Penjualan," *J. JUPITER*, vol. Vo. 14, pp. 465–472, 2022.
- [8] A. Ariyani and A. Fauzi, "Pembuatan Media Promosi Berbasis Website Dengan Aplikasi Cms Wordpress Untuk Menarik Minat Beli," no. 2001, pp. 127–132, 2022.
- [9] S. Raden, S. Atmaja, and G. Gata, "Penerapan CMS untuk Website E-Commerce pada Chaca Collections," *SISFOTEK*, vol. 6, no. 1, pp. 53–57, Raden, S., Atmaja, S., Gata, G. (n.d.). Pen, 2022.
- [10] K. Kaharuddin, "Kualitatif: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi," *EquilibriumJurnal Pendidik.*, vol. 9, no. 1, pp. 1–8, 2021, [Online]. Available: <http://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium>.
- [11] M. Makbul, "Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian," Makassar, 2021. [Online]. Available: <https://files.osf.io/v1/resources/svu73/providers/osfstorage/60c8873818f70b03fea78fec?action=download&direct&version=1>.
- [12] D. T. Andiman, H. Prastawa, and S. Saptadi, "Business Model Canvas for Business Development Strategy : A Systematic Literature Review," *Int. J. Innov. Sci. Res. Technol.*, vol. 8, no. 6, pp. 754–758, 2023.
- [13] M. Venia, F. Marzuki, and Yuliniar, "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus pada Generasi Z Pengguna E-commerce )," in *Korelasi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2021, vol. 2, pp. 929–941.