

PENINGKATAN PENJUALAN MENGGUNAKAN *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM* DENGAN METODE *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION* PADA DISTRO HEYHELLO

Devina Arie Kurnia¹⁾, Samsinar²⁾

Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260
E-mail : dhevinakurnia@gmail.com¹⁾, samsinar@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

E-Commerce atau perdagangan elektronik merupakan penjualan barang dan jasa dengan menggunakan media elektronik sebagai alat untuk bertukar informasi terlebih dahulu tanpa bertemu satu sama lainnya. Perkembangan teknologi dan pertumbuhan internet yang setiap harinya semakin meningkat, Internet juga merupakan sebagai sarana sumber daya informasi yang mempunyai peranan penting untuk masyarakat modern. Permasalahan yang terjadi pada Distro HeyHello adalah kurangnya strategi di bidang promosi sehingga produk yang ditawarkan pun tidak menjangkau luas calon pelanggan. Maka dari itu tujuan dari penelitian ini adalah dengan dibuatkan website *e-commerce* menjadi lebih mudah dalam memasarkan produknya dan sangat diharapkan agar persentase penjualan dapat meningkat. Web *E-commerce* yang dibuat menggunakan *Content Management System (CMS)* Wordpress dengan tambahan plugin *WooCommerce* karena dalam penerapannya fitur-fitur yang diberikan dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang ada pada Distro HeyHello. Metode yang digunakan untuk membuat *e-commerce* ini menggunakan metode *Search Engine Optimization (SEO)*, Observasi, Wawancara, Analisa Dokumen dan Studi Literatur. Lalu untuk menganalisa proses bisnis pada Distro HeyHello adalah menggunakan UML seperti, *Activity Diagram*, *Use Case Diagram*. Dengan dibuatnya website *e-commerce* pada Distro HeyHello akan meningkatkan penjualan yang lebih maksimal dan cakupan pemasaran semakin meluas.

Kata kunci: *E-Commerce*, BMC, CMS, SEO

1. PENDAHULUAN

Setiap harinya perkembangan teknologi dan pertumbuhan internet semakin meningkat. Internet sebagai sarana sumber daya informasi mempunyai peranan penting untuk masyarakat modern. Masyarakat telah memanfaatkan internet untuk keperluan berbagai bidang, Salah satunya di bidang perdagangan. *E-Commerce* yang merupakan proses pembelian dan penjualan melalui dunia internet [1] yang membuat pelaku usaha dapat mengurangi biaya pengeluaran perusahaan untuk pemasaran yang menggunakan brosur atau media cetak lainnya.

Distro HeyHello merupakan salah satu perusahaan yang menggunakan konsep distro dengan konsep Art-Merchandise, yaitu mendesain sendiri produk-produk yang dijualnya. Owner HeyHello sendirilah yang mendesain semua produk yang dijual oleh distro HeyHello sehingga produk yang dijual pun menjadi terbatas dan menjadi keunggulan dari distro HeyHello.

Akan tetapi, distro HeyHello masih memiliki masalah dalam memasarkan produknya karena media yang digunakan hanya Instagram sehingga produk yang ditawarkan pun tidak menjangkau luas calon pelanggan. Jika produknya tidak menjangkau pelanggan, penjualan pun menjadi tidak meningkat karena minimnya media pemasaran. Maka dengan menggunakan metode SEO adalah untuk membuat peningkatan pada *ranking website* di mesin pencarian. Baik dilakukan pada *website* itu sendiri (*on page*) ataupun dari luar *website* itu sendiri (*off page*).

Dengan adanya permasalahan yang terjadi pada distro HeyHello maka sangat diharapkan dengan adanya *website e-commerce* yang menggunakan CMS untuk mengelola proses pembuatan dalam bentuk teks maupun gambar yang harus dikelola [2]. Den juga menggunakan metode SEO menjadi lebih mudah dalam mempromosikan produknya secara lebih luas dan meningkatkan presentase penjualan.

Banyak penelitian yang sebelumnya dilakukan mengenai permasalahan yang ada dalam meningkatkan penjualan ini perlu dilakukan adanya studi pustaka untuk menerapkan metode penelitian yang dilakukan diantaranya:

Menurut penelitian dari [3] dengan judul “Perancangan *E-Commerce* Penjualan Komputer dan Alat Elektronik Berbasis Web pada Toko Damar Komputer Pringsewu”. Damar Komputer ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan komputer dan alat komputer lainnya. Masalah yang ada pada toko ini adalah media informasi yang didapatkan konsumen masih melalui brosur. Untuk pemecahan masalah yang terjadi sangat diperlukan adanya *e-commerce* di toko ini dengan Tujuan sebagai sarana promosi dan melakukan penjualan yang berjalan dengan baik. Maka dari itu dengan adanya *e-commerce* pada Damar Komputer dapat mempermudah dalam mempromosikan produk yang ditawarkan menjadi lebih cepat dan akurat.

Penelitian yang dilakukan oleh [4] dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Rental Mobil Wiralodra 27 dengan Pendekatan Model Bisnis Kanvas” Rental Mobil Wiralodra 27 merupakan

perusahaan yang bergerak dalam industry rental mobil di kota Bogor. Teknik pengumpulan data dan informasi dari penelitian ini melalui observasi dan wawancara. Bisnis model kanvas dan analisa SWOT adalah metode yang digunakan pada penelitian ini. Model bisnis yang dijalankan oleh rental mobil ini kurang maksimal karena tidak bisa mengunci risiko utama bisnis. Maka dari itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi model bisnis rental mobil Wiralodra 27 dengan mengutamakan pendekatan menggunakan model bisnis kanvas.

Penelitian yang dilakukan oleh [5] dengan judul “Peningkatan Rank Alexa Menggunakan Metode SEO Untuk Meningkatkan Web Visitor Pada Official Site Ilearning Plus”. *iLearning Plus* adalah sebuah inovasi perkembangan dari metode pembelajaran *iLearning* sebelumnya yang sudah diterapkan di perguruan Tinggi Raharja. Permasalahan yang ada pada *iLearningPlus* ini adalah kurangnya promosi, rendahnya ranking yang ada di *website iLearning*. Hasil penelitian dapat diterapkan untuk memecahkan permasalahan dengan menambahkan fitur SEO (*Search Engine Optimized*), mendaftarkan *website* ke berbagai *search engine*. Dengan tujuan untuk meningkatkan Rank Alexa sekaligus Web Visitor pada *Official site iLearning Plus* pada mesin pencari baik yang dilakukan langsung pada *website* kita sendiri (*on page*) ataupun factor-faktor eksternal dari luar *website* kita (*off page*).

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Pemikiran

Pada gambar 1 menjelaskan bagaimana kerangka pemikiran yang dibuat oleh peneliti adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

2.2 Metodologi Pengumpulan Data

Pengumpulan data ini dilakukan agar mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian. Berikut adalah metode pengumpulan data penelitian yang telah dilakukan yaitu:

- a. Wawancara

Dalam Pengumpulan data untuk penelitian dilakukan langsung ke pemilik Distro Heyhello dengan cara mewawancarai segala kebutuhan data yang diperlukan. Melalui metode ini penulis mendapatkan bagaimana arus proses bisnis penjualan pada Distro Heyhello.

- b. Observasi

Metode ini dilakukan penulis dengan pengamatan langsung ke Distro Heyhello dalam memperhatikan proses penjualan.

- c. Analisa dokumen

Yang dilakukan pada teknik ini adalah dengan cara mengumpulkan dokumen seperti nota, dan laporan-laporan yang ada di Distro Heyhello.

2.3 Teknik Analisis Data Dan Penggunaan Tools

- a. Analisa Proses Bisnis

Dilakukan dengan cara menguraikan proses bisnis berjalan dalam lingkup penelitian setelah itu digambarkan dengan menggunakan *Activity Diagram*.

- b. Analisa Masalah

Analisa masalah dilakukan dengan cara observasi dan wawancara untuk melihat permasalahan yang ada serta menguraikan sebab-akibat yang terjadi pada Distro Heyhello.

- c. Analisa Kebutuhan

Digunakan setelah didapatkan permasalahan yang ada pada Distro Heyhello. Kemudian permasalahan itu dibuatkan solusi dengan memenuhi kebutuhan apa saja yang harus diperlukan dan dapat digambarkan melalui *Class Diagram, Use Case Diagram*.

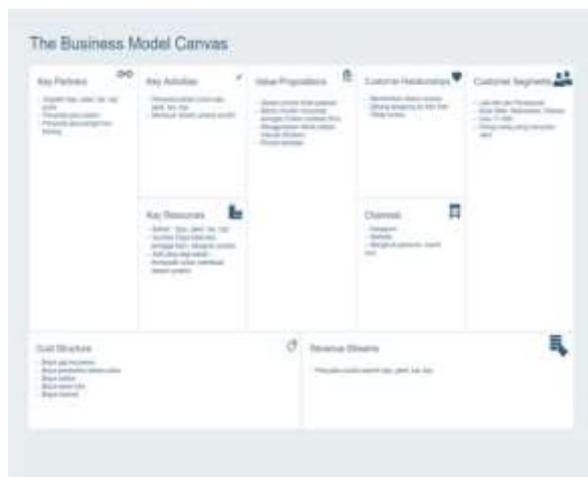
2.4 Metodologi Analisis

Dalam penelitian ini metodologi analisis yang digunakan untuk mengolah data tersebut adalah *Business Model Canvas* (BMC) yang berguna untuk menganalisa berbagai proses bisnis yang ada pada suatu perusahaan mulai dari kegiatan produksi, pemasaran dan penjualan. Distro HeyHello juga mengoptimalkan *Search Engine Optimization* (SEO) untuk meningkatkan *ranking website* pada mesin pencarian yang bertujuan agar pemasaran dapat dengan mudah dicari oleh calon pelanggan [5]. SEO dibagi menjadi dua yaitu SEO *on Page* dan *Off Page*. Tetapi Distro HeyHello hanya menggunakan SEO *on Page*. *Plugin* yang digunakan oleh peneliti dalam kasus ini menggunakan *plugin All in One SEO*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Business Model Canvas

Business Model Canvas yang memiliki 9 model segmen atau blok untuk menganalisa dan merancang model bisnis pada suatu perusahaan[6]. Pada gambar 2 menjelaskan bagaimana model bisnis yang digunakan pada distro HeyHello diantaranya yaitu:



Gambar 2. Business Model Canvas

a. Customer Segments

Sasaran yang dituju untuk dijadikan sasaran pelanggan Distro Heyhello adalah laki-laki dan perempuan yang berusia dari 17-30 tahun. Seperti Anak SMA, mahasiswa, pekerja, orang-orang yang sudah berpenghasilan, dan tentunya orang yang menyukai seni.

b. Value Propositions

Kelebihan yang diberikan Distro Heyhello seperti desain produk yang tidak pasaran sehingga produk yang diproduksi pun terbatas. Menggunakan bahan berkualitas yang mudah menyerap keringat dan menggunakan teknik sablon manual dengan jenis tinta *rubber*.

c. Channels

Media yang digunakan oleh Distro Heyhello untuk memasarkan produk adalah Instagram dan Website sebagai media pemasaran digital yang utama. Lalu, HeyHello juga aktif dalam mengikuti pameran atau event seputar seni.

d. Customers Relationship

Mempertahankan pelanggan agar tetap memilih produk Distro Heyhello memberikan promo diskon 10% bagi pembeli pertama pada website. Dan pelanggan juga bisa datang langsung ke toko (tatap muka).

e. Revenue Stream

Pada Distro Heyhello produk utama yang dijual adalah baju, jaket, tas dan topi. Maka dari itu produk-produk tersebut akan menjadi sumber pendapatan utama pada bisnis Distro Heyhello.

f. Key Activities

Kegiatan utama dalam menjalankan bisnis Distro Heyhello adalah pembuatan desain atau gambar pada produk yang dijual. Lalu pembelian bahan polos seperti baju, jaket, dan topi sebagai media ditematkannya desain atau gambar yang telah dibuat.

g. Key Resource

Distro Heyhello membutuhkan berbagai sumber daya agar bisnisnya dapat berjalan. Mulai dari bahan untuk membuat produk seperti baju, jaket, tas dan topi. Bahan ini kemudian akan digunakan untuk menjadi produk yang siap dijual. Lalu sumber daya manusia untuk menjalankannya yaitu orang yang bertugas sebagai karyawan toko dan desainer produk Heyhello. Dan alat untuk digunakan yaitu berupa komputer.

h. Key Partners

Distro Heyhello melakukan beberapa kerjasama dengan beberapa pihak yang terdiri dari supplier baju, jaket, tas, dan topi polos. Penyedia jasa sablon yang mencetak desain produk yang sudah dibuat ke bahan polos dan sudah dibeli sehingga menjadi produk jadi. Pihak ekspedisi sebagai pihak yang melakukan pengiriman produk jika produk laku terjual kepada pelanggan.

i. Cost Structure

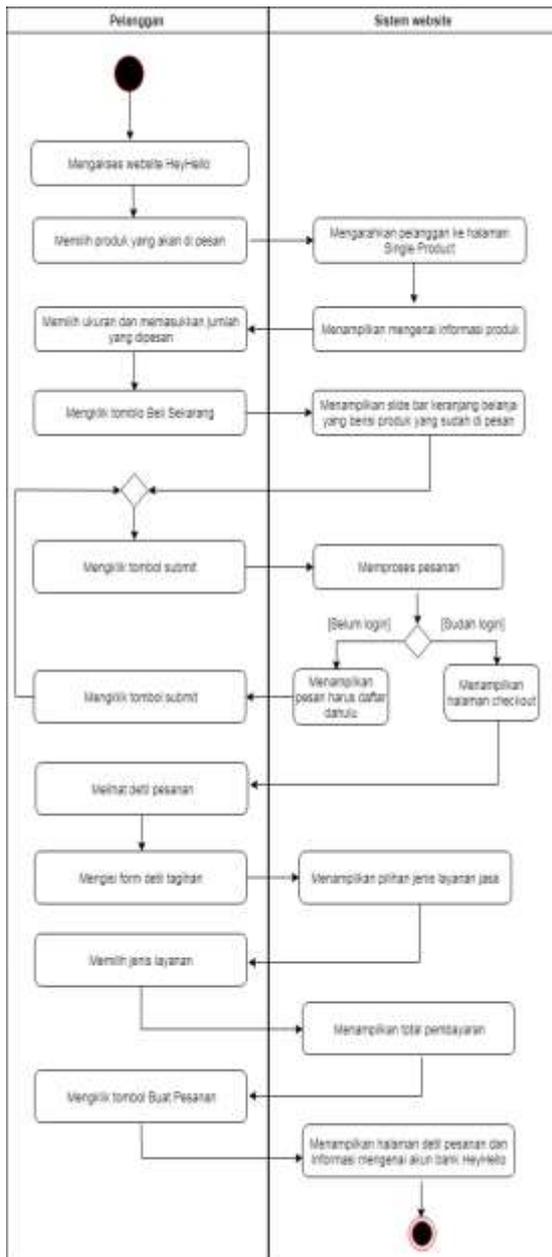
Pengalaman operasional yang dilakukan oleh Distro Heyhello yaitu biaya pembelian bahan polos seperti baju, jaket, tas dan topi, biaya untuk jasa sablon bahan polos, membayar gaji karyawan, biaya sewa toko, dan biaya berlangganan internet.

3.2 Proses Bisnis

Proses bisnis yang menggambarkan urutan aktivitas dalam sebuah proses:

a. Proses Pemesanan

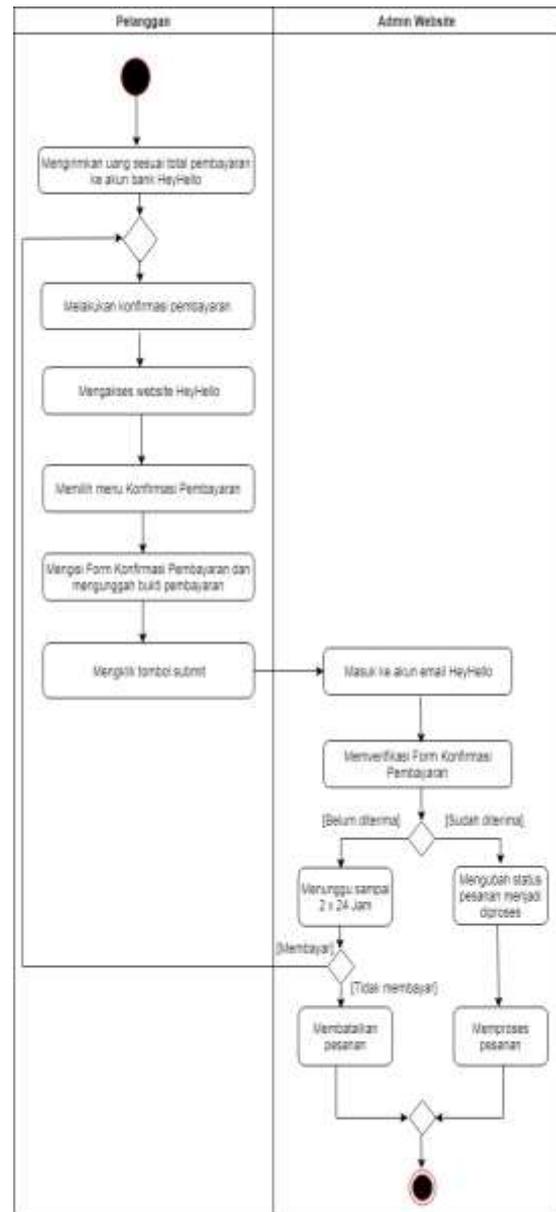
Gambar 3. Menerangkan bagaimana pelanggan mengakses website HeyHello terlebih dahulu untuk dapat memilih produk yang akan dipesan. Setelah itu, Sistem *website* akan mengarahkan pelanggan ke halaman *Single Product* untuk menampilkan mengenai informasi produk. Lalu, pelanggan memilih ukuran dan memasukkan banyaknya jumlah yang akan dipesan dan mengklik tombol Beli Sekarang. Kemudian, muncul *sidebar cart panel* (keranjang belanja) berisikan produk yang sudah dipesan. Sesudah itu, pelanggan mengklik tombol konfirmasi pesanan. Jika pelanggan belum terdaftar di *website* HeyHello maka pelanggan tidak bisa melanjutkan konfirmasi pesanan dan sistem *website* menampilkan pesan bahwa pelanggan harus login atau daftar akun dahulu. Setelah selesai mendaftar akun, Pelanggan dapat melihat detail pesanan lalu, mengisi form detail tagihan. Setelah itu, Sistem *website* menampilkan pilihan jenis layanan jasa pengiriman. Kemudian pelanggan memilih jenis layanan Lalu, sistem *website* menampilkan total pembayaran dan pelanggan dapat mengklik tombol Buat Pesanan. Lalu sistem *website* menampilkan halaman detail pesanan mengenai akun bank HeyHello.



Gambar 3. Activity Diagram Pemesanan

b. Proses Pembayaran

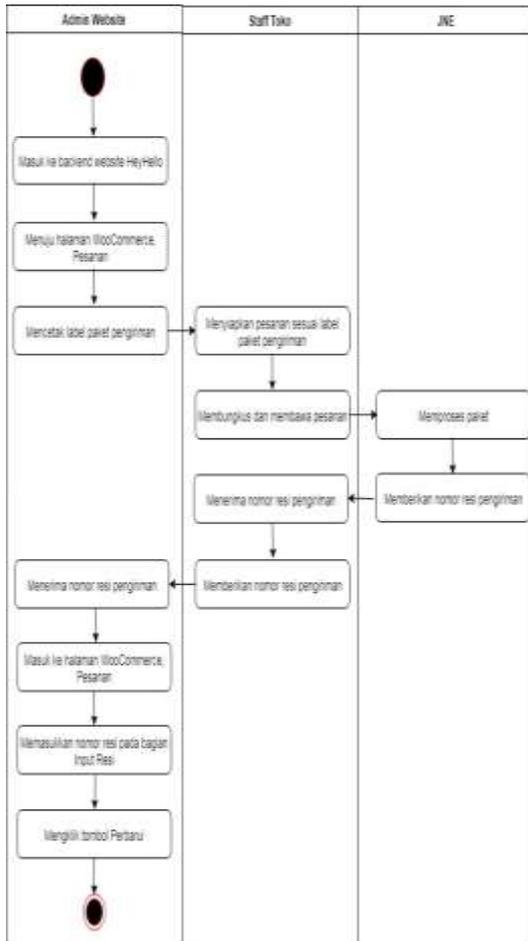
Gambar 4. Menerangkan bagaimana pelanggan dapat melakukan proses pembayaran sesuai dengan total melakukan proses pembayaran sesuai dengan total melakukan proses pembayaran melalui ATM ke akun rekening bank HeyHello. Lalu, pelanggan melakukan konfirmasi pembayaran dengan mengakses *website* HeyHello. Kemudian, pelanggan memilih menu konfirmasi pembayaran. Setelah itu, mengisi form konfirmasi pembayaran dan mengunggah bukti pembayaran. Lalu, mengklik tombol *submit*. Kemudian, Admin *website* akan memverifikasi setiap form konfirmasi pembayaran yang masuk melalui *e-mail*. Jika pembayaran sudah diterima, maka status pesanan yang sebelumnya ditangguhkan menjadi diproses kemudian pesanan akan segera dikirim. Jika pembayaran belum diterima sampai dengan 2x24 jam, maka admin *website* akan membatalkan pesanan



Gambar 4. Activity Diagram Pembayaran

c. Proses Pengiriman

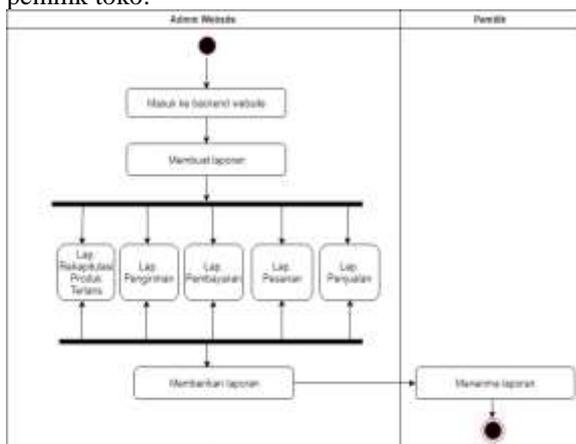
Gambar 5. Menerangkan bagaimana admin *website* masuk ke halaman *backend website* HeyHello lalu menuju halaman *WooCommerce*, Pesanan. Kemudian, mencetak label paket pengiriman. Lalu, staff toko menyiapkan pesanan sesuai dengan label pengiriman, membungkus pesanan dan membawa pesanan tersebut ke JNE. Setelah itu, pihak JNE akan memproses paket tersebut dan memberikan nomor resi pengiriman. Setelah mendapatkan nomor resi dari JNE, staff toko akan memberikan nomor resi kepada admin *website* untuk di-update pada *website* HeyHello. Admin *website* masuk ke halaman *WooCommerce*, Pesanan. Lalu, admin *website* memasukkan nomor resi pada bagian Input Resi. Lalu, admin *website* mengklik tombol Perbarui.



Gambar 5. Activity Diagram Pengiriman

d. Proses Pembuatan Laporan

Gambar 6. Menerangkan bagaimana admin website masuk halaman backend website HeyHello untuk membuat laporan produk terlaris, pengiriman, pembayaran, pesanan dan penjualan. Lalu, admin website akan memberikan laporan tersebut kepada pemilik toko.



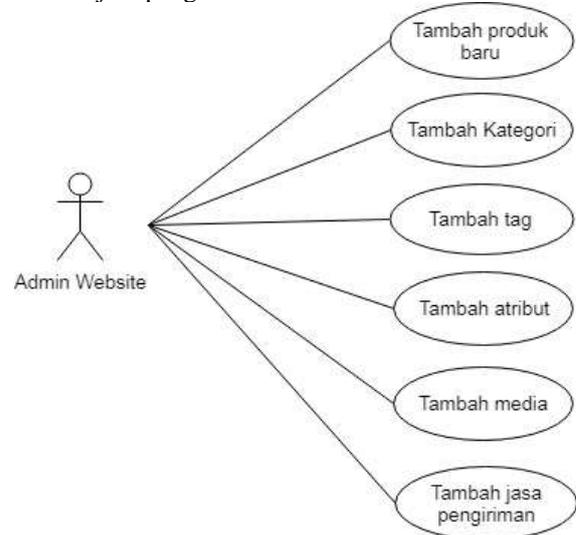
Gambar 6. Activity Diagram Laporan

3.3 Use Case Diagram

Use case diagram terjadi saat yang menggunakan system di dalam ruang lingkup tersebut untuk mencapai sebuah tujuan tertentu [7]. Berikut penjelasan use case diagram yang dibuat:

a. Use Case Diagram Master

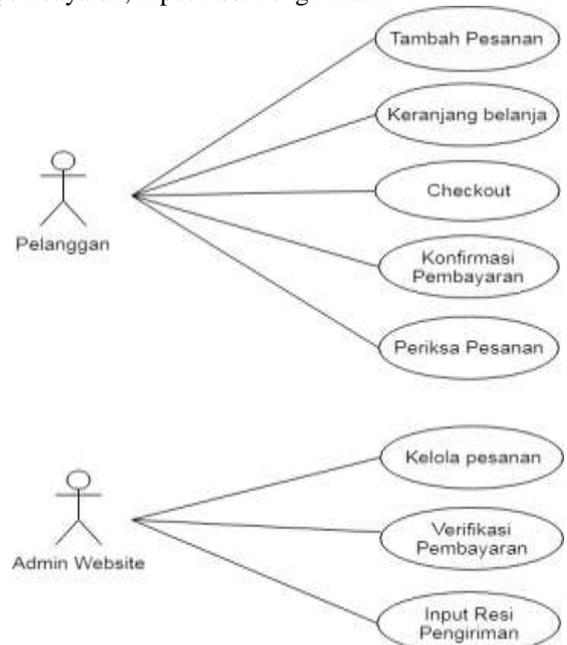
Gambar 7 yaitu Use Case Diagram Master yang didalamnya terdapat actor Admin Website dapat melakukan Tambah produk baru, Tambah kategori, Tambah tag, Tambah atribut, Tambah media, Tambah jasa pengiriman.



Gambar 7. Use Case Master

b. Use Case Diagram Transaksi

Gambar 8 yaitu Use Case Diagram Transaksi yang terdiri dari 2 actor yaitu Pelanggan dan Admin Website dimana actor Pelanggan dapat melakukan Tambah Pesanan, Keranjang belanja, Checkout, Konfirmasi pembayaran, Periksa pesanan dan actor Admin website melakukan Kelola pesanan, Verifikasi pembayaran, Input Resi Pengiriman.

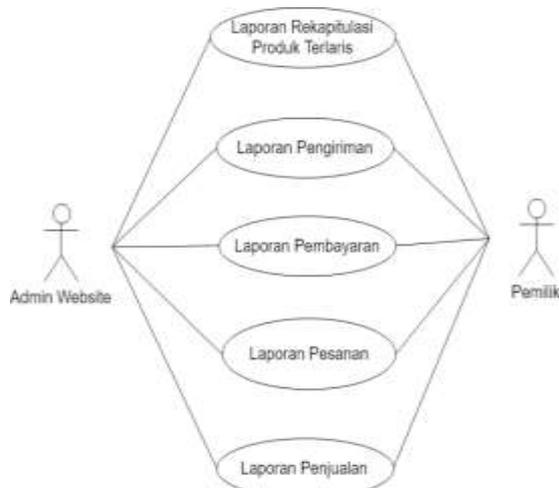


Gambar 8. Use Case Transaksi

c. Use Case Diagram Laporan

Gambar 9 yaitu Use Case Diagram Laporan yang terdiri dari 2 actor yaitu Admin website dan Pemilik yang dapat membuat Laporan Rekapitulasi

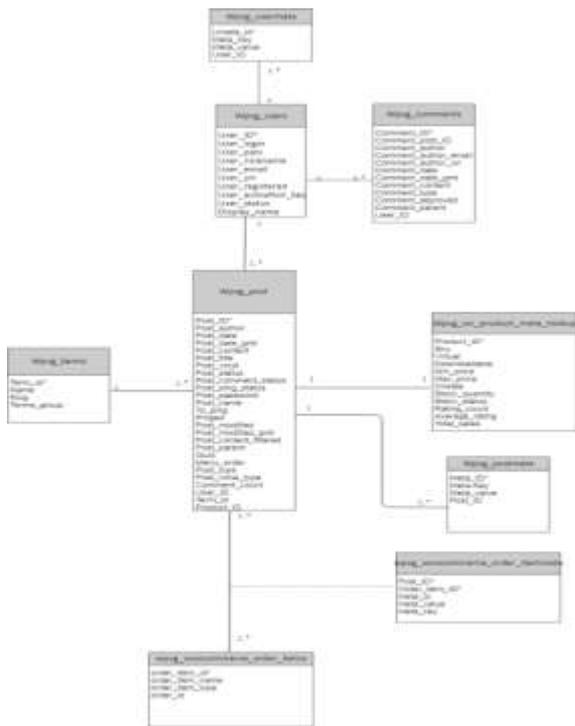
Produk Terlaris, Laporan pengiriman, Laporan pembayaran, Laporan pesanan, Laporan penjualan.



Gambar 9. Use Case Laporan

3.4 Class Diagram

Pada gambar 10 menjelaskan bagaimana cara menampilkan kelas-kelas yang ada dalam sebuah sistem yang saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya [8]. Berikut *Class diagram* yang dibuat:

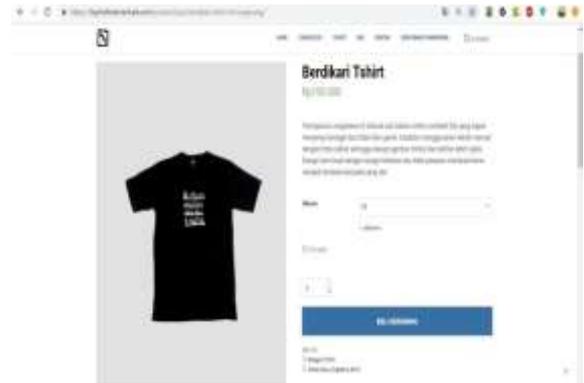


Gambar 10. Class Diagram

3.5 Tampilan Website

a. Tampilan Website Tambah Pesanan

Pada gambar 11. Tampilan Tambah Pesanan pelanggan dapat memilih ukuran dan jumlah yang diinginkan lalu klik beli sekarang untuk memesan produk.



Gambar 11. Tampilan Website Tambah Pesanan

b. Tampilan Website Konfirmasi Pembayaran

Pada gambar 12. Menu Konfirmasi Pembayaran pelanggan harus mengisi semua yang sudah tertera pada form tersebut untuk melanjutkan pemesanan lalu mengklik tombol *submit*.



Gambar 12. Tampilan Website Konfirmasi Pembayaran

c. Rancangan Layar Laporan Rekapitulasi Produk Terlaris

Pada gambar 13. Tampilan ini merupakan Laporan Rekapitulasi Produk Terlaris. Setiap akhir bulan admin *website* membuka halaman tersebut untuk melihat bagaimana presentase setiap bulannya.



Gambar 13. Laporan Rekapitulasi Produk Terlaris

4.7 Implementasi Search Engine Optimization

Dalam tahap ini peneliti menggunakan teknik *SEO on Page* untuk *website* yang dibangun. Optimasi ini dilakukan melalui elemen seperti Optimasi halaman *home*, halaman produk dan optimasi gambar. Berikut langkah-langkahnya:

a. Optimasi Halaman Produk Meta Title

Gambar 14. Menjelaskan untuk mengisi kolom ini harus mengandung unsur *keyword* yang sudah ditentukan sebelumnya dan sangat berpengaruh pada hasil pencarian mesin pencari.



Gambar 14. Meta Title

b. Optimasi Halaman Produk *Meta Description*

Gambar 15. Menjelaskan penggunaan kalimat pada kolom ini harus mengandung *keyword* dan tambahkan kalimat yang sesuai pada kebutuhan.



Gambar 15. Meta Description

c. Optimasi Halaman Produk *Meta Keyword*

Gambar 16. Menjelaskan kolom ini memfokuskan untuk pengisian *keyword* sesuai dengan *keyword* yang sudah dibidik.



Gambar 16. Meta Keyword

d. *Permalink*

Gambar 17. Menjelaskan *Permalink* ini harus diubah dan mengandung *keyword*, *permalink* ini harus mengikuti nama produk dan harus diubah secara manual.



Gambar 17. Halaman Produk *Permalink*

e. *Image*

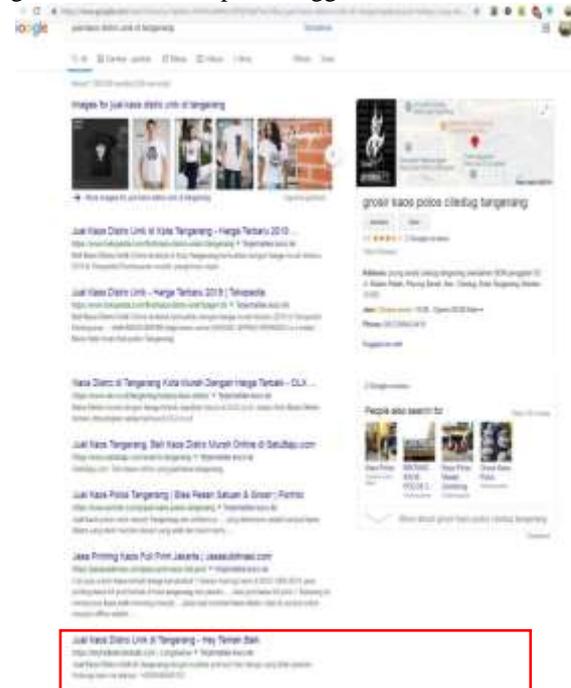
Gambar 18. Menjelaskan bagian ini sangat berperan penting dalam meningkatkan hasil pencarian oleh mesin pencari. pada saat mengunggah gambar produk perlu diperhatikan untuk memasukkan kata kunci pada bagian Teks *Alt* dan Judul.



Gambar 18. Halaman Produk *Image*

f. Hasil Penerapan SEO

Gambar 19. Menjelaskan setelah mengoptimasi semua elemen tersebut, maka hasil pencarian yang terdapat pada mesin pencarian Google adalah *website* Heyhello dengan produk Berdikari *Tshirt* yang berada di halaman pertama Google. *Screenshot* gambar ini diambil pada tanggal 10 Juni 2019



Gambar 19. Hasil Penerapan *SEO*

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari keseluruhan adalah adanya masalah dalam memasarkan produknya karena kurangnya strategi *marketing* di bidang promosi. Maka dari permasalahan yang ada dapat dipecahkan dengan strategi yang sudah dibuat seperti *SEO* dan *website e-commerce*. Dengan menggunakan teknik *SEO* dan *website e-commerce* dapat membangun sarana untuk mempromosikan produknya secara luas kepada pelanggan dan membuat peningkatkan *ranking website* untuk mesin pencarian google.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Pradana. M, Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce, "*Jurnal Berkala Ilmu Ekonomi*", vol.9, pp. 32–40, 2015
- [2] Elinawati. S dan Muhammad, Perancangan Content Management System (CMS) dengan Studi Kasus E-Bisnis pada Toko Alya Gorden, "*Jurnal Komtekinfo Fakultas Ilmu Komputer*", vol. 2, 2015
- [3] Mustofa. A dan Mutmainah, Perancangan E-Commerce Penjualan Komputer dan Alat Komputer Elektronik Berbasis Web Pada Toko Damar Komputer Pringsewu, "*Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*", vol. 4, 2015
- [4] Agus. A dan Syarif, Strategi Pengembangan Bisnis Rental Mobil Wiralodra 27 dengan Pendekatan Model Bisnis Kanvas, "*Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*", vol. 4, pp. 138–150, 2018
- [5] Raharja. U dan Wijaya, Peningkatan Rank Alexa Menggunakan Metode SEO Untuk Meningkatkan Web Visitor pada Official Site Ilearning Plus, "*Jurnal CCIT*", vol. 10, pp. 1–15, 2016
- [6] Setyorini. R, Analisis Model Bisnis pada Eighteen Nineteen Laundry dengan Pendekatan Business Model Canvas, "*Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis*", vol. 1, pp. 70–81, 2017
- [7] Rachmawati dan Septiana, Sistem Informasi Penjualan Alat Tulis Kantor Berbasis Web pada CV. Sumber Rezeki jakarta, "*Jurnal SNIPTEK*", vol. 2, pp. 283–288, 2016
- [8] Diana. A dan Rizka, Rancang Bangun Sistem Informasi Administrasi Pelanggan dan Penagihan dengan Metodologi Berorientasi Obyek Studi Kasus pada PT.XYZ, "*Jurnal BIT (Budiluhur Information Technology)*", vol. 14, pp. 7–15, 2017