



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 10313-10324

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Implementasi E-Commerce dengan Content Management System (CMS) untuk Peningkatan Penjualan pada Toko Sapporo.jkt

Reva Ragam Santika^{1*}, Anita Diana², Ahmad Jamil³

¹Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

^{2,3}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

reva.ragam@budiluhur.ac.id, anita.diana@budiluhur.ac.id, 1612501716@student.budiluhur.ac.id

Abstrak

Toko sapporo.jkt adalah usaha bisnis rumahan yang bergerak dalam bidang cat semprot atau pilox. Pemilik toko menjual produk hanya melalui offline, dan belum ada penjualan online, sehingga omzet/penjualan menurun. Namun terdapat beberapa masalah yang ada pada toko sapporo.jkt, diantaranya toko kesulitan untuk melakukan transaksi penjualan online dan pelanggan tidak dapat datang langsung ke toko, sehingga sulit untuk melakukan transaksi pembelian jarak jauh, karena tidak memiliki website E-Commerce yang berpengaruh terhadap penjualan. Masalah lainnya adalah sulit menginformasikan produk terbaru kepada konsumen, dimana selama ini hanya mengandalkan spanduk, poster dan informasi dari orang ke orang, serta belum tersedia informasi stok secara real time. Berikut parafrase paragraf tersebut dalam bahasa yang lebih formal dan akademis. Oleh karena itu, diperlukan sebuah website e-commerce yang dapat mendukung proses penjualan dan pembelian secara daring, sekaligus menyediakan informasi produk terbaru kepada pelanggan serta memperluas jangkauan pemasaran kepada masyarakat yang lebih luas. Pengembangan website e-commerce ini dilakukan menggunakan Content Management System (CMS) WordPress dengan dukungan plugin WooCommerce, serta dioptimalkan melalui penerapan teknik Search Engine Optimization (SEO) untuk meningkatkan visibilitas situs pada mesin pencari. Dalam penelitian ini, analisis perencanaan bisnis dilakukan menggunakan Business Model Canvas (BMC), sedangkan perancangan sistem menggunakan metode Unified Modeling Language (UML). Tujuan penelitian ini adalah untuk mempermudah proses transaksi penjualan dan pembelian secara online, meningkatkan volume penjualan, menyediakan informasi produk terbaru beserta berbagai fitur yang mendukung kemudahan pelanggan dalam berbelanja, serta memungkinkan pengguna untuk memantau ketersediaan stok barang secara real-time. Implementasi website E-Commerce, diharapkan dapat membantu Toko sapporo.jkt dalam melakukan transaksi penjualan dan pembelian secara online.

Kata kunci: E-Commerce, CMS, BMC, Cat Semprot Atau Pylox, Sapporo.jkt.

1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis usaha perorangan saat ini dalam kondisi perkembangan yang cukup bagus, diantaranya cat mobil dan motor, cat semprot kaleng dan bahan bangunan. Para pelaku usaha memprediksi bahwa dalam lima tahun mendatang, lebih dari 80% perusahaan akan melakukan digitalisasi pada seluruh proses bisnisnya. Transformasi ini terutama diwujudkan melalui penerapan e-commerce sebagai media utama dalam pelaksanaan transaksi jual beli barang maupun jasa. Sehingga toko yang tidak mempunyai E-Commerce akan berkurang pendapatannya karena pelanggan kesulitan untuk melakukan pembelian pada toko fisik. Toko sapporo.jkt adalah usaha bisnis yang bergerak dalam bidang pilox atau cat semprot. Berikut parafrase paragraf tersebut dengan gaya bahasa yang lebih formal dan akademis:

Toko Sapporo.jkt saat ini masih mengandalkan toko fisik sebagai sarana utama penjualan, sehingga pelanggan harus datang langsung ke lokasi untuk melakukan pembelian dan pembayaran secara tunai. Kondisi ini menjadi kendala bagi calon konsumen, baik yang berada di dalam maupun luar kota, karena mereka harus meluangkan waktu dan mengeluarkan biaya tambahan untuk mengunjungi toko, terutama pada masa pandemi yang membatasi mobilitas masyarakat. Oleh karena itu, konsumen membutuhkan fasilitas pembelian dan pembayaran secara online yang dapat dilakukan melalui transfer bank atau metode pembayaran digital lainnya.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Toko Sapporo.jkt memerlukan sistem penjualan berbasis website e-commerce yang mampu mendukung berbagai aktivitas bisnis secara lebih efektif. Melalui platform ini, toko dapat

melayani penjualan jarak jauh, mempromosikan produk baru, serta memfasilitasi proses transaksi dan pembayaran secara online. Selain meningkatkan kemudahan bagi konsumen, penerapan e-commerce juga **memungkinkan** toko memperluas jangkauan pemasaran dan menjangkau pasar yang lebih luas. Mengingat sebagian besar konsumen memanfaatkan mesin pencari untuk menemukan produk yang mereka butuhkan. Keberadaan website yang mudah ditemukan melalui internet menjadi faktor penting dalam mendukung peningkatan penjualan dan daya saing bisnis. Terdapat beberapa kendala yakni belum tersedia informasi stok barang secara real time pada Toko sapporo.jkt, karena pencatatan penjualan masih dengan manual, sehingga mengakibatkan memakan waktu lebih lama untuk update stok barang, karena harus cek fisik dan hitung jumlah barang secara manual. Dengan memanfaatkan E-Commerce ini, konsumen akan semakin mudah dan cepat melakukan transaksi di toko sapporo.jkt. Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, penulis berencana mengembangkan website e-commerce serta menerapkan strategi Search Engine Optimization (SEO) untuk meningkatkan visibilitas situs tersebut. Penerapan e-commerce diharapkan dapat mempermudah proses transaksi penjualan pada Toko Sapporo.Jkt, sedangkan optimasi SEO bertujuan untuk menempatkan website pada posisi yang lebih baik di mesin pencari sehingga pelanggan dapat menemukan situs Toko Sapporo.Jkt dengan lebih mudah. Oleh karena itu, penelitian ini mengangkat tema Implementasi E-Commerce dengan Content Management System (CMS) untuk Meningkatkan Penjualan pada Toko Sapporo.Jkt.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa penerapan sistem e-commerce mampu menjadi solusi yang efektif dalam mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Penelitian oleh Adithya Wisnu Prasetyo Putra [1] menyatakan bahwa penerapan sistem e-commerce dapat membantu pemilik dan pengelola usaha dalam meningkatkan efisiensi proses penjualan. Sistem ini mampu mengurangi ketidaksesuaian data ketersediaan stok, menyediakan laporan yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi dan pengambilan keputusan di masa mendatang, serta meningkatkan penjualan karena pelanggan dapat melakukan transaksi secara online dengan lebih mudah. Penelitian lain oleh Febryantahanuji [2] dituliskan bahwa perancangan sistem e-commerce berbasis web dapat meningkatkan efektivitas kegiatan penjualan dan pemasaran produk, toko dapat memperluas jangkauan pasar dengan memanfaatkan akses internet sehingga mampu menjangkau lebih banyak pelanggan, memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan dalam berbelanja, sekaligus menciptakan peluang yang lebih besar bagi pengembangan dan peningkatan pertumbuhan bisnis. Dalam tulisannya [3] pada jurnal dinyatakan implementasi e-commerce pada Toko Riski Cat Galeri memberikan peningkatan penjualan produk petshop secara online, pelanggan dapat dengan mudah mencari dan membeli produk yang dibutuhkan, pemilik toko dapat mengelola persediaan barang secara lebih efisien serta memproses transaksi pembayaran secara online. Kemudian pada publikasinya [4] Yeni Riyanti menuliskan sistem berbasis website yang dikembangkan ini dapat dimanfaatkan sebagai media promosi yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja selama terhubung dengan jaringan internet, memudahkan proses pembuatan laporan bulanan dan pemantauan stok barang secara lebih cepat dan akurat, jangkauan pemasaran dan penjualan juga menjadi lebih luas karena informasi dan layanan dapat diakses dari berbagai lokasi tanpa batasan wilayah. Dalam publikasi berbeda [5] menuliskan hasil perancangan aplikasi mencakup antarmuka pengguna (front-end) serta sistem manajemen konten (Content Management System/CMS, memungkinkan menekan biaya produksi, distribusi, penyampaian, dan penyimpanan informasi. Selain itu, sistem informasi penjualan berbasis web mampu memperluas jangkauan pasar secara signifikan melalui proses bisnis yang lebih dinamis dan interaktif, serta memberikan keunggulan kompetitif melalui strategi diferensiasi yang jelas untuk berbagai segmen masyarakat. Penelitian lain [6] menjelaskan bahwa aplikasi CMS E-commerce dapat digunakan sebagai sarana pengelolaan konten produk pada sistem penjualan online, sekaligus memfasilitasi pengelolaan transaksi pembayaran pelanggan, menjadikan proses transaksi lebih efektif dan efisien karena dapat diakses baik melalui versi desktop menggunakan komputer atau notebook maupun melalui versi mobile menggunakan perangkat smartphone. Penelitian oleh [7] dinyatakan personalisasi layanan melalui e-commerce menjadi strategi penting yang mengintegrasikan teknologi digital dengan kebutuhan psikologis pelanggan. Selain mampu meningkatkan efektivitas kegiatan pemasaran, pendekatan ini juga berperan sebagai landasan utama dalam menciptakan dan mempertahankan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan di era ekonomi digital. Dalam publikasinya [8] menuliskan tercapainya kesuksesan dalam penjualan online tidak hanya bergantung pada dana yang dialokasikan untuk pemasaran digital, melainkan juga pada kemampuan mengelola website secara optimal. Pada penelitiannya [9] menyatakan bahwa perdagangan digital dapat mendukung koperasi dalam memperluas jangkauan distribusi, meningkatkan efektivitas operasional, serta memperkuat daya saing produk unggulan yang dimiliki desa. Dengan penerapan digitalisasi, koperasi mampu memanfaatkan teknologi sebagai sarana pemasaran, mengelola pencatatan transaksi secara lebih optimal, serta meningkatkan transparansi dan akuntabilitas pengelolaan keuangan.

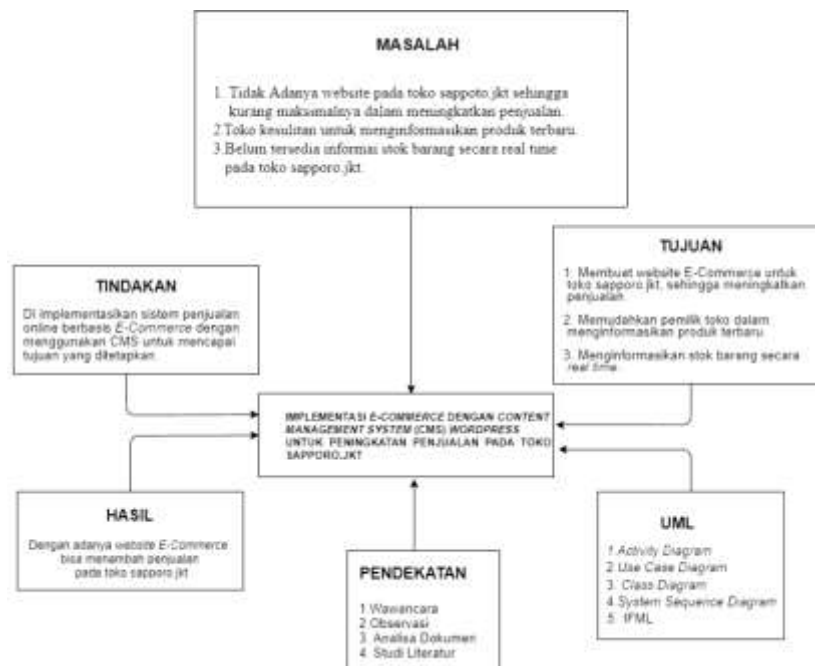
Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, penulis berencana mengembangkan sebuah website e-commerce serta menerapkan strategi Search Engine Optimization (SEO) guna meningkatkan efektivitas transaksi

penjualan pada Toko Sapporo.jkt. Selain itu, optimasi SEO dilakukan untuk meningkatkan posisi website pada hasil pencarian mesin pencari, sehingga memudahkan pelanggan dalam menemukan dan mengakses situs Toko Sapporo.jkt secara lebih cepat dan mudah.

2. Metode Penelitian

2.1 Kerangka Pemikiran

Kerangka kerja penelitian ini memuat landasan pemikiran yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan penjualan pada Sapporo.jkt. Kerangka tersebut disusun berdasarkan hasil pengumpulan data, perencanaan bisnis, serta tujuan penelitian yang dirancang oleh penulis sebagai upaya untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi. Adapun kerangka pemikiran penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Gambar 1 merupakan kerangka pikiran yang didalamnya terdapat dasar pemikiran untuk pemecahan masalah pada toko Sapporo.Jkt. Langkah pertama, dimulai dari perumusan masalah, tujuan penelitian, pengumpulan data. Langkah berikutnya adalah melakukan perencanaan bisnis dengan menggunakan metode Business Model Canvas. Setelah itu melakukan perancangan sistem dengan UML, hingga hasil yang didapatkan untuk memecahkan masalah.

2.2 Metode pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh berbagai informasi yang selanjutnya diolah guna mendukung pencapaian tujuan penelitian. Dalam proses pengumpulan data, penulis menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

- a. Wawancara
Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui komunikasi langsung dengan narasumber. Pada penelitian ini, penulis melakukan wawancara secara tatap muka dengan Suhendra selaku pemilik Toko sapporo.jkt. Melalui metode ini, penulis memperoleh informasi mengenai alur dan proses bisnis penjualan yang diterapkan pada Toko sapporo.jkt.
- b. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek penelitian. Penulis melakukan pengamatan langsung di Toko sapporo.jkt yang berlokasi di Jl. Rawa Simprug 3 RT 006 RW 005, Grogol Selatan, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12220. Kegiatan observasi ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis proses penjualan yang berlangsung di toko tersebut.

c. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan mempelajari berbagai sumber referensi yang relevan, seperti jurnal ilmiah, prosiding, dan buku-buku akademik, untuk memperoleh dasar teori yang mendukung pelaksanaan penelitian. Referensi yang ditelaah meliputi berbagai aspek terkait e-commerce pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), implementasi Content Management System (CMS), serta konsep-konsep lain yang berhubungan dengan topik penelitian. Temuan dari kajian pustaka tersebut kemudian dimanfaatkan sebagai landasan dalam proses analisis dan perancangan solusi yang sesuai dengan tujuan serta kebutuhan penelitian [10], Perancangan model bisnis dengan menggunakan kanvas model bisnis [11], metode analisis masalah, serta strategi pemasaran digital melalui optimasi mesin pencari (SEO) [12]. Hasil kajian tersebut digunakan sebagai landasan dalam merancang sistem, menentukan fitur yang diperlukan, serta menyusun strategi implementasi yang sesuai.

d. Analisa Dokumen

Teknik ini dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang tersedia di Toko Sapporo.jkt, seperti catatan, nota, serta laporan-laporan yang berkaitan dengan kegiatan operasional toko.

2.3 Analisis masalah

Analisis permasalahan dilakukan untuk mengidentifikasi penyebab utama dari berbagai kendala yang dihadapi oleh Toko Sapporo.jkt. Proses analisis ini dilakukan melalui metode observasi dan wawancara, serta dengan mengkaji dan menguraikan berbagai permasalahan yang terjadi pada Toko Sapporo.jkt guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap kondisi yang ada. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, permasalahan utama yang teridentifikasi meliputi:

Saat melakukan riset kepada pihak sapporo.jkt, penulis mendapat beberapa masalah yang di hadapi adalah sebagai berikut:

- a. Tidak adanya website pada toko sapporo.jkt sehingga kurang maksimalnya dalam meningkatkan penjualan.
- b. Toko kesulitan untuk menginformasikan produk terbaru.
- c. Belum tersedia informasi stok barang secara real time pada Toko sapporo.jkt.

2.4 Perencanaan Bisnis

Setelah adanya data yang dapat diolah, untuk proses pengolahan data dengan membuat perencanaan bisnis. Metode Business Model Canvas (BMC) digunakan untuk mempermudah dan mempercepat proses analisis terhadap keunggulan serta kelemahan suatu bisnis. Dengan demikian, identifikasi kebutuhan bisnis dan potensi keuntungan dapat dilakukan secara lebih efektif dan efisien.

2.5 Analisa Perancangan Sistem

Tahap perancangan sistem merupakan proses penyusunan rancangan sistem yang dilakukan berdasarkan hasil analisis terhadap sistem yang sedang berjalan. Proses ini menghasilkan usulan model sistem baru yang direpresentasikan menggunakan Unified Modeling Language (UML). Menurut [13] Analisis dan perancangan sistem dilakukan menggunakan pendekatan berorientasi objek dengan memanfaatkan model Unified Modeling Language (UML). UML merupakan metode pemodelan yang digunakan untuk menggambarkan dan menganalisis permasalahan berdasarkan objek-objek yang merepresentasikan kondisi nyata. Dalam pendekatan berorientasi objek, proses analisis dilakukan pada berbagai tingkat abstraksi sesuai dengan kebutuhan sistem. Pada level bisnis, teknik analisis berorientasi objek dapat dipadukan dengan pendekatan rekayasa informasi untuk menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap kebutuhan sistem. Tahap perancangan sistem meliputi pembuatan Activity Diagram yang digunakan untuk memodelkan alur kerja suatu proses bisnis serta urutan aktivitas yang

terjadi pada sistem dan website. Selain itu, Use Case Diagram digunakan untuk menggambarkan interaksi antara pengguna dengan sistem berdasarkan skenario dan langkah-langkah yang telah ditentukan.

2.6 Search Engine Optimization (SEO)

Dalam perancangan website ini penulis menggunakan search engine optimization untuk meningkatkan indeks serta peringkat hasil pencarian dari sebuah mesin pencari guna memaksimalkan search engine optimization untuk keperluan promosi dan jumlah akses kunjungan pada website. Menurut [14] SEO (Search Engine Optimization) adalah salah satu teknik promosi dengan cara memanfaatkan pengoptimalan mesin pencari agar website yang sudah kita buat berada di peringkat teratas atau halaman pertama (first page). Menurut Kurniawan dalam publikasi [12] Search Engine Optimization (SEO) merupakan sekumpulan teknik strategis yang diterapkan untuk meningkatkan visibilitas sebuah website pada berbagai mesin pencari, seperti Google, Bing, dan Yahoo. Tujuan utama SEO adalah memperoleh posisi yang lebih tinggi pada halaman hasil pencarian atau Search Engine Results Page (SERP), terutama melalui hasil pencarian organik tanpa menggunakan iklan berbayar.

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Perancangan model bisnis

Perancangan model bisnis Toko Sapporo.jkt dilakukan dengan menggunakan metode Business Model Canvas (BMC) untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai strategi bisnis yang diterapkan perusahaan.. Penerapan Business Model Canvas (BMC) membantu perusahaan dalam merancang serta mengembangkan strategi pemasaran yang lebih terarah dan efektif sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan bisnis secara optimal [11]. Business Model Canvas (BMC) dianggap sebagai alat yang efektif dalam melakukan analisis bisnis karena mampu memberikan gambaran yang sederhana namun komprehensif mengenai kondisi perusahaan. Menurut [15] Business Model Canvas (BMC) merupakan suatu pendekatan manajemen yang digunakan untuk merancang dan menyusun perencanaan bisnis berdasarkan berbagai aspek penting, seperti proposisi nilai, produk, infrastruktur, pelanggan, serta kondisi keuangan perusahaan. Sejak diperkenalkan, BMC telah menjadi salah satu alat manajemen yang banyak digunakan dalam dunia bisnis dan dipelajari di berbagai perguruan tinggi. Popularitas metode ini didukung oleh tampilannya yang sederhana, terstruktur, dan mudah dipahami sehingga memudahkan proses analisis dan perencanaan bisnis.

Dalam pengembangan sistem E-Commerce, penelitian ini memanfaatkan metodologi Business Model Canvas (BMC) untuk menganalisis permasalahan serta mengidentifikasi kebutuhan yang terdapat pada toko. Penerapan BMC bertujuan untuk menentukan strategi bisnis yang tepat dalam mendukung pengembangan usaha melalui implementasi sistem E-Commerce. Selain itu, metode ini digunakan untuk memetakan dan menganalisis model bisnis yang berjalan pada Toko Sapporo.jkt, sehingga dapat menjadi dasar dalam merancang strategi pengembangan yang lebih efektif dan berkelanjutan. BMC dapat dilihat pada gambar 2 berikut.



Gambar 2. Business Model Canvas (BMC) Sapporo.jkt

Gambar 2 menunjukkan kondisi model bisnis yang diterapkan pada Toko sapporo.jkt berdasarkan pendekatan Business Model Canvas (BMC). Analisis ini terdiri atas sembilan elemen utama yang menggambarkan aspek-aspek penting dalam menjalankan bisnis.

- a. Value Propositions
Nilai yang ditawarkan oleh Toko sapporo.jkt kepada pelanggan adalah penyediaan berbagai produk berkualitas tinggi. Produk yang dijual memiliki ketahanan terhadap bensin dan dilengkapi nozzle yang dapat digunakan dalam posisi vertikal maupun horizontal, sehingga memberikan kemudahan penggunaan layaknya menggunakan kompresor.
- b. Customer Segments
Segmen pelanggan yang menjadi target pasar Toko sapporo.jkt adalah masyarakat umum, khususnya kalangan remaja hingga dewasa dengan rentang usia sekitar 17–35 tahun.
- c. Channels
Saluran yang digunakan untuk menjangkau pelanggan meliputi media sosial seperti Instagram dan WhatsApp, toko fisik, serta website e-commerce sebagai sarana penjualan dan promosi produk.
- d. Customer Relationships
Dalam menjaga hubungan dengan pelanggan, Toko sapporo.jkt menerapkan berbagai strategi, salah satunya dengan mengadakan program giveaway pada momen-momen tertentu guna meningkatkan interaksi dan loyalitas pelanggan.
- e. Key Activities
Aktivitas utama yang dilakukan meliputi pengadaan produk dari pemasok, proses pengemasan, penjualan produk, serta kegiatan pemasaran melalui pembaruan informasi produk pada website dan media sosial.
- f. Key Resources
Sumber daya utama yang dibutuhkan untuk mendukung operasional bisnis antara lain akses internet, laptop atau komputer, smartphone, serta kendaraan bermotor untuk menunjang kegiatan usaha.
- g. Key Partnerships
Mitra utama yang mendukung kelancaran operasional bisnis terdiri atas perusahaan jasa ekspedisi untuk pengiriman barang, pihak perbankan sebagai sarana transaksi pembayaran, serta distributor cat semprot atau pilox yang menjadi pemasok produk.
- h. Revenue Streams
Sumber pendapatan Toko sapporo.jkt berasal dari hasil penjualan produk cat semprot atau pilox yang dilakukan melalui saluran penjualan online maupun offline.
- i. Cost Structure
Struktur biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan usaha mencakup biaya internet, hosting dan domain website, sewa toko, serta biaya listrik sebagai pendukung operasional bisnis.

3.2 Perancangan sistem

Perancangan sistem dilakukan untuk menggambarkan kebutuhan fungsional serta rancangan antarmuka pengguna (user interface) pada sistem e-commerce Toko sapporo.jkt. Tahap ini mencakup pemodelan sistem menggunakan Unified Modeling Language (UML) dan perancangan antarmuka guna memastikan bahwa sistem yang dikembangkan mampu memenuhi kebutuhan pengguna secara optimal. Berdasarkan hasil analisis, disusun sebuah sistem usulan yang dapat diterapkan pada Toko sapporo.jkt. Sistem usulan tersebut dijelaskan melalui pemodelan Activity Diagram dan Use Case Diagram.

1. Activity Diagram

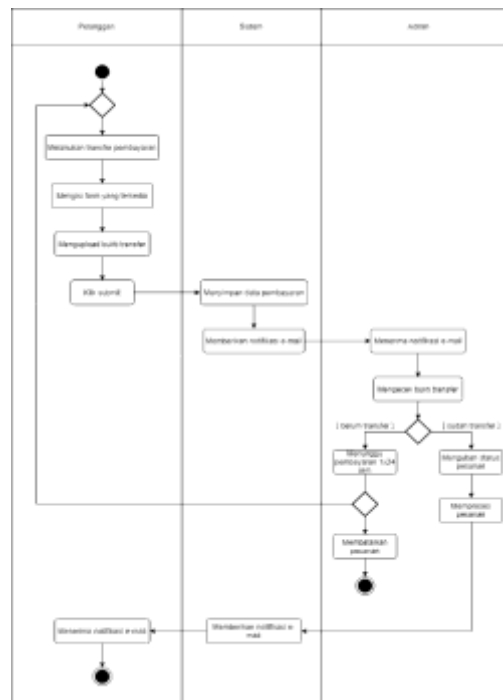
Activity Diagram digunakan untuk menggambarkan alur aktivitas utama yang terjadi dalam sistem. Salah satu proses utama yang dimodelkan adalah sebagai berikut:

- a. Proses Pemesanan Produk



b. Proses Pembayaran dan Konfirmasi Pembayaran

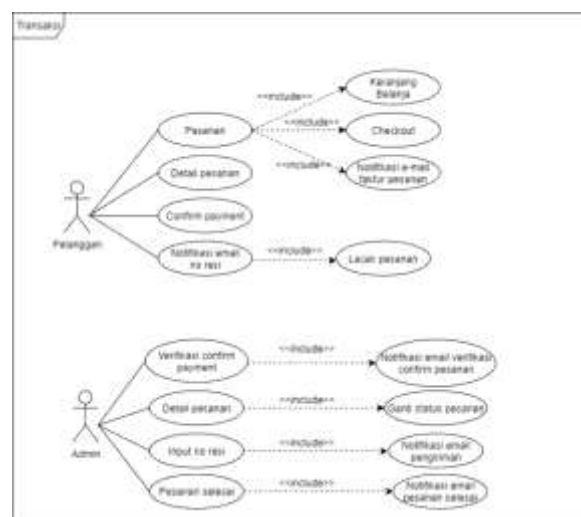
DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.10259>
 Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)



Gambar 4. Activity Diagram Proses Pembayaran & Konfirmasi Pembayaran

2. Diagram Use Case

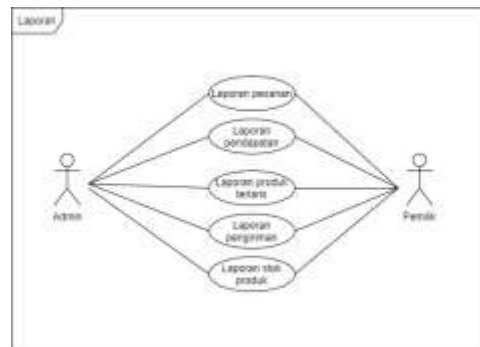
Diagram Use Case digunakan untuk memvisualisasikan interaksi antara aktor yang terlibat, yaitu Admin dan Pelanggan, dengan sistem yang dirancang. Diagram ini memberikan gambaran umum mengenai fungsi-fungsi yang dapat diakses oleh masing-masing aktor dalam sistem. Representasi interaksi tersebut dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Use Case Diagram transaksi E-Commerce Toko sapporo.jkt

Gambar 5 merupakan Use Case Diagram Transaksi yang didalamnya terdapat actor pelanggan dan admin, dimana pelanggan dapat melakukan pemesanan setelah itu masuk ke dalam keranjang, mengisi data checkout dan mendapat notifikasi serta detail pesanan. pelanggan melakukan konfirmasi pembayaran terlebih dahulu setelah itu mendapat notifikasi email no resi untuk dapat melacak pesanan melalui website ekspedisi yang telah dipilih. Lalu

admin verifikasi konfirmasi pembayaran setelah itu pelanggan mendapat notifikasi email, setelah itu admin melihat pesanan dan mengubah status pesanan serta menginput no resi lalu memberikan ke pelanggan.



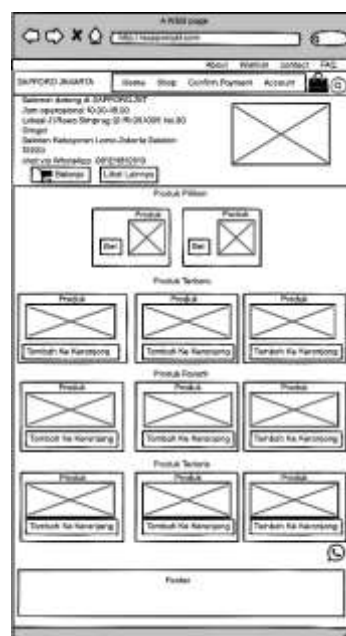
Gambar 6 Activity Diagram Laporan

Gambar 6 menunjukkan Use Case Diagram Laporan yang melibatkan dua aktor, yaitu admin dan pemilik toko. Dalam proses ini, admin bertanggung jawab untuk menyusun berbagai laporan, seperti laporan pemesanan, laporan pendapatan, laporan produk terlaris, laporan pengiriman, serta laporan stok produk. Seluruh laporan tersebut kemudian disampaikan kepada pemilik toko secara berkala setiap bulan sebagai bahan evaluasi dan pengambilan keputusan bisnis.

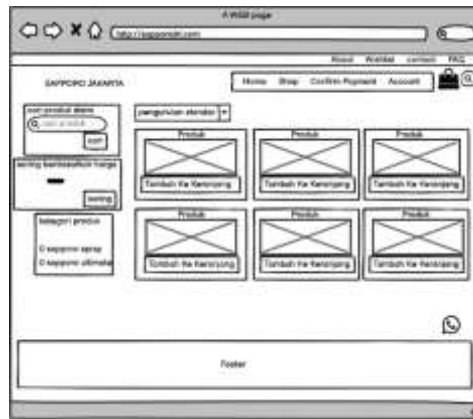
3. Rancangan UI

Perancangan antarmuka pengguna dilakukan untuk memberikan pengalaman yang mudah, intuitif, dan nyaman bagi pelanggan selama proses berbelanja. Beberapa tampilan utama yang dirancang meliputi:

- Halaman Beranda (Home), yang menyajikan informasi mengenai toko, promosi yang sedang berlangsung, serta kategori produk yang tersedia.
- Halaman Produk (Shop), yang menampilkan daftar produk lengkap dengan fitur pencarian dan penyaringan untuk memudahkan pengguna menemukan produk yang diinginkan.
- Halaman Checkout, yang menampilkan ringkasan pesanan, opsi metode pembayaran, serta informasi alamat pengiriman pelanggan. Visualisasi rancangan antarmuka utama tersebut dapat dilihat pada Gambar 7 sampai dengan Gambar 9.



Gambar 7. Rancangan Layar Home



Gambar 8. Rancangan Layar Shop (Produk)



Gambar 9. Rancangan Layar Checkout

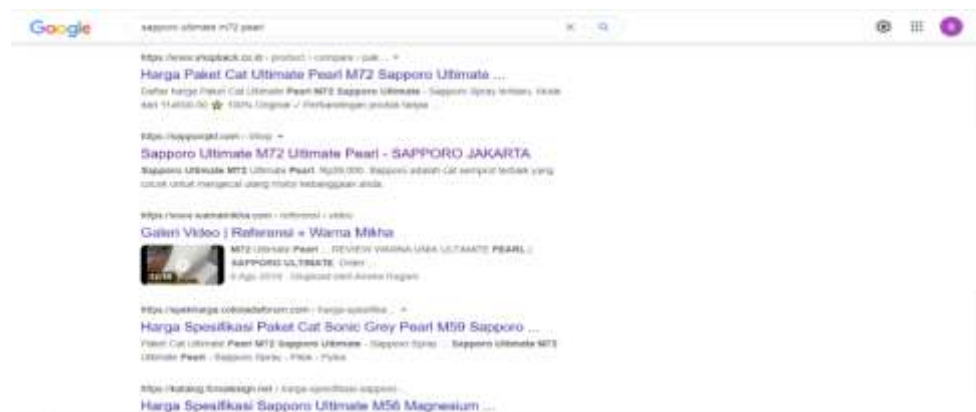
3.3 Implementasi

Penerapan sistem dilakukan menggunakan CMS WordPress yang dilengkapi dengan sejumlah plugin pendukung untuk mengembangkan website e-commerce pada Toko Sapporo.jkt.. Menurut [16] Content Management System (CMS) merupakan sebuah sistem yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengelolaan konten secara terstruktur. Sistem ini berfungsi untuk menyimpan, mengelola, dan mempublikasikan berbagai jenis konten dalam jumlah besar, seperti dokumen, gambar, audio, maupun video, sehingga memudahkan proses pengelolaan dan distribusi informasi.

Implementasi sistem dilaksanakan melalui serangkaian tahapan yang mencakup persiapan lingkungan pengembangan, konfigurasi awal sistem, serta penerapan strategi optimasi Search Engine Optimization (SEO) agar website dapat terindeks dengan baik oleh mesin pencari. Website e-commerce Sapporo.jkt dibangun menggunakan WordPress, yaitu Content Management System (CMS) berbasis open-source yang dipilih karena memiliki tingkat fleksibilitas yang tinggi, mudah dikelola, serta didukung oleh beragam plugin untuk menambah dan mengembangkan fitur website. Dalam mendukung proses transaksi dan penjualan secara online, digunakan WooCommerce sebagai plugin e-commerce yang terintegrasi dengan WordPress dan menyediakan berbagai fitur lengkap untuk pengelolaan toko online.

Pada penelitian ini, strategi yang diterapkan difokuskan pada SEO On-Page. Optimasi dilakukan dengan menempatkan kata kunci (keyword) yang telah ditentukan pada setiap halaman maupun artikel yang dipublikasikan. Selain itu, penulis memanfaatkan plugin Yoast SEO sebagai alat bantu dalam proses optimasi kata kunci dan peningkatan kualitas SEO website. Tahapan implementasi SEO yang dilakukan meliputi: (a) instalasi plugin Yoast SEO untuk memudahkan penerapan strategi SEO, di mana plugin ini memberikan rekomendasi dan panduan optimasi agar halaman website memiliki peluang lebih besar untuk muncul pada peringkat atas hasil pencarian Google; (b) memperoleh kode verifikasi dari Google sebagai bagian dari proses integrasi website dengan layanan Google; (c) melakukan konfigurasi XML Sitemap guna membantu mesin pencari dalam mengindeks halaman website; (d) mengoptimalkan setiap halaman produk melalui pengaturan focus keyphrase, SEO title, slug/permalink, meta description, optimasi gambar, serta kualitas konten; dan (e) mendaftarkan website ke Google Search Console untuk memantau performa dan proses pengeindeksan website.

Setelah seluruh tahapan dan metode SEO diterapkan, beberapa kata kunci berhasil dioptimalkan pada berbagai halaman website. Evaluasi dilakukan melalui penelusuran menggunakan mesin pencari Google dan analisis data yang diperoleh dari Google Search Console. Hasil pengujian menunjukkan bahwa website berhasil terindeks oleh Google. Salah satu contohnya adalah halaman dengan kata kunci “Sapporo Ultimate M72 Pearl”, yang berhasil muncul pada halaman kedua hasil pencarian Google dan menempati posisi kelima, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 10.



Gambar 10. Hasil Pengujian

Gambar 10 merupakan hasil setelah menerapkan langkah-langkah SEO dengan *keyword* yang dioptimalisasikan, setelah berhasil meminta pengeindeksan akan tampil halaman yang diindeks dalam *google search*.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan website E-Commerce mampu mempermudah proses penjualan secara online sehingga tidak lagi bergantung sepenuhnya pada penjualan offline atau kunjungan langsung ke toko. Kondisi ini berpotensi meningkatkan volume penjualan. Selain itu, website E-Commerce memudahkan pemilik toko dalam menyampaikan informasi mengenai produk-produk terbaru kepada pelanggan, sehingga pelanggan dapat memperoleh informasi tersebut tanpa harus datang langsung ke toko. Website E-Commerce juga memungkinkan penjual dan pembeli untuk memantau ketersediaan stok barang secara real-time, sekaligus membantu admin dalam mengelola dan memperbarui data stok secara lebih efektif dan akurat.

Referensi

- [1] A. Wisnu, P. Putra, and L. Suryadi, “PERANCANGAN E-COMMERCE PADA TOKO CAT BERKAH PADALARANG BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM,” in *Proceeding SENDIU 2021*, 2021, pp. 978–979.
- [2] Febryantahanuji, H. Yusuf, B. Hartono, A. A. Kuncoro, and Z. Mustofa, “Perancangan Sistem Penjualan untuk mempermudah Manajemen dan Laporan Penjualan Cat Menggunakan Website,” *J. Ilm. KOMPUTERISASI Akunt.*, vol. 17, no. 1, 2024.
- [3] M. T. Wahyu, “PELATIHAN DAN IMPLEMENTASI APLIKASI WEBSITE E- COMMERCE TOKO RISKI CAT GALERI DI TEMBILAHAN,” *J. Pengabd. Masy.*, vol. 2, no. 4, pp. 140–149, 2024.
- [4] Y. Riyanti and T. Baidawi, “SISTEM INFORMASI PENJUALAN CAT MOBIL DAN MOTOR BERBASIS WEB PADA TOKO KARYA INDAH BEKASI,” *J. Sist. Inf. STMIK ANTAR BANGSA*, vol. 4, no. 1, pp. 115–125, 2015.

- [5] S. Kosasi, "Pembuatan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Untuk Memperluas Pangsa Pasar," in *Pembuatan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Untuk Memperluas Pangsa Pasar*, 2014, pp. 225–232.
- [6] B. Huda and B. Priyatna, "Penggunaan Aplikasi Content Management System (CMS) Untuk Pengembangan Bisnis Berbasis E-commerce," *Systematics*, vol. 1, no. 2, p. 81, 2019, doi: 10.35706/sys.v1i2.2076.
- [7] V. Moliza, O. F. Wuri, Fradil, and A. El Farabi, "Strategi Personalisasi Layanan E-Commerce : Transformasi Pemasaran Digital dalam Mengakselerasi Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan," *J. Artif. Intell. Digit. Bus.*, vol. 5, no. 2, pp. 7380–7391, 2026.
- [8] J. Sasmiharti and M. Nurhayati, "Pengaruh Pemasaran Digital dan Trafik Website terhadap Penjualan Online pada UMKM di Indonesia," *J. Artif. Intell. Digit. Bus.*, vol. 4, no. 4, pp. 2416–2424, 2025.
- [9] W. Ummah, M. N. Kasim, and S. Sulaiman, "Optimalisasi Social Commerce Sebagai Strategi Pemasaran Produk Lokal UMKM Di Makassar (Studi Pada Khazanah Collection)," *Indones. J. Multidiscip. Soc. Technol.*, vol. 4, no. 2, pp. 497–505, 2026.
- [10] F. D. Nugroho, L. L. Hin, H. Irawan, and M. A. Rony, "Implementasi E-Commerce Menggunakan Plugin Woocommerce Pada Toko Lovebouquet. Tng," in *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (SENAFTI)*, 2023, pp. 889–898.
- [11] F. I. Fuad, J. Kadang, and I. Syarifuddin, "Implementasi business model canvas (BMC) dalam perencanaan strategi pemasaran Toreko," *EBISMEN (Jurnal Ekon. Bisnis dan Manajemen)*, vol. 2, no. 1, pp. 102–113, 2023.
- [12] N. Gayatri and I. G. A. S. Sidhimantra, "PENERAPAN STRATEGI METODE SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) UNTUK OPTIMASI SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEBSITE (STUDI KASUS : TOKO SESERAHAN)," *J. Manaj. Inform.*, vol. 14, no. 2, pp. 1–10, 2025.
- [13] N. Riyadi and A. Widjaja, "ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI ADMINISTRASI PENILAIAN PADA SMK YAPIA PONDOK AREN DENGAN METODOLOGI BERORIENTASI OBYEK," *J. Telemat. MKOM*, vol. 8, no. 2, pp. 153–162, 2016.
- [14] U. Rahardja, R. I. T. Wijaya, and E. N. Dewi, "PENINGKATAN RANK ALEXA MENGGUNAKAN METODE SEO UNTUK MENINGKATKAN WEB VISITOR PADA OFFICIAL SITE ILEARNING PLUS," *Creat. Commun. Innov. Technol. J.*, vol. 10, no. 1, pp. 1–15, 2017.
- [15] A. Osterwalder and Y. Pigneur, *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons, 2010.
- [16] V. Vysotska, V. B. Fernandes, and M. Emmerich, "Web Content Support Method in Electronic Business Systems," *COLINS*, vol. 2136, 2018, [Online]. Available: https://www.researchgate.net/profile/Victoria-Vysotska-2/publication/328066817_Web_Content_Support_Method_in_Electronic_Business_Systems/links/5bb601344585153610a8c21e/Web-Content-Support-Method-in-Electronic-Business-Systems.pdf