

Penerapan Search Engine Optimization (SEO) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Javy Petshop

Alexander Jeremy Lorenzo Taolin¹ Wiwin Windihastuty²

^{1,2}Universitas Budi Luhur

E-mail : 1912500517@student.budiluhur.ac.id¹, Wiwin.windihastuty@budiluhur.ac.id

ABSTRAK

Javy Petshop adalah sebuah badan usaha yang bergerak dalam bidang penjualan produk dan jasa yang berhubungan dengan hewan peliharaan. Javy Petshop berlokasi di Luwi Orok, Jl. Raya Parungkuda, Sundawenang, Kec. Parung Kuda, Sukabumi Regency, Jawa Barat. Permasalahan yang saat ini sedang dihadapi oleh Javy Petshop adalah terhalangnya akses terhadap toko akibat pembangunan jalan tol, mengakibatkan penurunan dalam penjualan, dan kesulitan dalam melakukan promosi. Dari latar belakang tersebut, penelitian ini ditujukan untuk membuat *website e-commerce* yang sudah terhubung dengan basis data, memiliki fitur pemasaran dan promosi, dapat mencetak laporan, serta mengetahui status pengiriman. Penulis menggunakan *Business Model Canvas (BMC)* untuk menganalisa data yang dikumpulkan melalui wawancara dan observasi. Informasi yang didapat kemudian digunakan untuk melakukan analisa sistem *e-commerce*, mengimplementasikan *search engine optimization*, dan melakukan strategi *marketing 4P* yaitu *product, price, place, dan promotion*. Hasil akhir dari penelitian ini penulis dapat menggunakan strategi *marketing* dan sosial media untuk melakukan promosi, mencetak laporan periode, menyimpan informasi mengenai pemesanan produk, dan membuat katalog yang menyimpan detail produk.

Kata kunci : *Content Management System, E-commerce, Petshop, WordPress*

ABSTRACT

This final project aims to implement e-commerce using the WordPress content management system (CMS) in the context of Javy Petshop store sales. E-commerce has become one of the most popular platforms for transacting online, and the WordPress CMS has proven to be one of the most widely used and easy-to-implement CMS. In this research, the author will study how to use WordPress as an e-commerce platform to build and manage the Javy Petshop online store. The author will analyze the needs of the online store, including the required features such as product management, payment systems and shipping. Next, the author will implement and configure WordPress according to the needs of the Javy Petshop store. The author will use e-commerce plugins available on WordPress, such as WooCommerce, to extend the functionality of the online store. We will also optimize the design and use aspects of the theme in accordance with the Javy Petshop brand identity. The final results of this research are expected to provide practical contributions and solutions for Javy Petshop stores in expanding their sales reach through the e-commerce platform. By adopting the WordPress CMS and using available e-commerce features, Javy Petshop will be able to increase their competitiveness in the online market and provide a better shopping experience for their customers.

Keyword : *Content Management System, E-commerce, Petshop, WordPress*

1. PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan teknologi informasi sangat pesat, termasuk di Indonesia. Perkembangan teknologi telah mengubah cara hidup orang di seluruh dunia, pola pikir masyarakat Indonesia yang masih tradisional juga berangsur-angsur berubah. Dalam operasi bisnis, penggunaan media menyebabkan perubahan dan transformasi pola tataniaga tradisional sistem perdagangan beralih ke elektronik, yang dikenal dengan *e-commerce*.

Penggunaan *e-commerce* tidak hanya mencakup perdagangan untuk memenuhi kebutuhan pokok saja tetapi juga untuk kebutuhan lain, seperti hobi. Memelihara hewan peliharaan di dalam rumah sudah lama menjadi hobi banyak orang di seluruh dunia. Selain itu, memiliki hewan peliharaan dapat memberikan dampak yang besar bagi kesehatan mental seseorang, seperti menurunkan tingkat stres dan perasaan kesepian. Menurut penelitian, di Indonesia saja, 67% rumah tangga memiliki hewan peliharaan, dengan persentase tertinggi adalah kucing (37%), burung (19%), ikan (16%), dan anjing (15%). Namun, ada beberapa masalah yang sering dihadapi pemilik hewan peliharaan di Indonesia. Pertama-tama, pencarian produk makanan, perawatan, dan aksesoris di toko hewan peliharaan sangat terbatas. Bagi pemilik hewan peliharaan yang tinggal di daerah terpencil, semakin sulit bagi mereka untuk mengakses produk berkualitas untuk hewan peliharaannya. Kedua, jasa perawatan hewan seperti jasa pangkas atau *trimming* masih sangat konvensional dan kurang fokus. Sementara itu, pemilik hewan peliharaan di Indonesia juga belum terbiasa melacak pertumbuhan dan catatan kesehatan hewan peliharaannya karena tidak ada platform yang mudah digunakan.

Javy Petshop merupakan sebuah toko yang berlokasi di Luwi Orok, Jl. Raya Parungkuda, Sundawenang, Kec. Parung Kuda, Sukabumi Regency, Jawa Barat. Javy Petshop selain menyediakan makanan dan kebutuhan lain hewan peliharaan juga menyediakan jasa grooming, dokter dan hotel untuk hewan peliharaan. Pada saat ini di lokasi Luwi Orok, Jl. Raya Parungkuda, Sundawenang, Kec. Parung Kuda, Sukabumi Regency, Jawa Barat tempat Javy Petshop terhalang oleh pembangunan jalan tol sehingga mengakibatkan terjadi penurunan penjualan dan jasa yang disediakan Javy Petshop. Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan JavyPetshop sebagai sumber penelitian tugas akhir. Berdasarkan masalah dan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis, maka Javy Petshop membutuhkan sebuah Website *E-Commerce* sebagai media untuk mempromosikan *pet hotel*, *pet grooming*, *pet clinic* dan juga sebagai media penjualan secara online, yang mempermudah transaksi yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja oleh pegawai dengan *customer*, dengan harapan mampu meningkatkan *customer*, mempermudah pemasaran secara online, memberikan kemudahan akses informasi produk kepada *customer*, memperluas ruang lingkup penjualan dan menambah calon *customer*.

Petshop memiliki permasalahan akibat terhalangnya akses menuju toko akibat pembangunan jalan tol mengakibatkan *customer* kesulitan dalam menuju toko. *Customer* yang mengurungkan niat untuk datang ke toko sehingga terjadinya penurunan penjualan. Permasalahan ini akan dipecahkan dengan pembuatan *e-commerce* berbasis website. Proses pada website meliputi promosi, pembelian, pembayaran serta proses pengiriman. Selain itu juga

menerapkan *Search Engine Optimizer* (SEO).

Dengan adanya e-Commerce ini diharapkan masyarakat dapat lebih mengenal dan menjangkau *Javy Petsshop* dengan mudah selain itu dapat mempermudah transaksi. Pengiriman akan diantar dengan batas wilayah dan jumlah pembelian yang sudah ditetapkan. Hal tersebut dapat meningkatkan angka penjualan serta meningkatkan jumlah *customer*.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Sistem Informasi

Sistem informasi adalah suatu sistem yang terdiri dari elemen-elemen yang saling berinteraksi untuk mengumpulkan, mengelola, menyimpan, mengolah, dan menyebarkan informasi yang relevan dalam suatu organisasi atau lingkungan tertentu (Loudon, 2021). Sistem informasi ini membantu organisasi dalam mengambil keputusan yang tepat dan efektif serta meningkatkan efisiensi operasional. Sistem informasi sebagai suatu kombinasi dari teknologi informasi, proses bisnis, dan orang-orang yang berinteraksi dalam pengumpulan, pengolahan, penyimpanan, dan distribusi data dan informasi yang digunakan dalam organisasi.

2.2 E-Commerce

E-commerce, atau juga dikenal sebagai perdagangan elektronik, merujuk pada proses pembelian, penjualan, dan pertukaran produk, layanan dan informasi melalui jaringan internet (Windihastuty, 2019). Dalam e-commerce, transaksi bisnis dilakukan secara online menggunakan teknologi informasi dan komunikasi, mendefinisikan e-commerce sebagai proses pembelian, penjualan, dan pertukaran produk, layanan dan informasi melalui jaringan komputer atau internet.

Manfaat *E-Commerce* dalam suatu perusahaan sebagai sistem transaksi adalah:

1. Dapat meningkatkan Pangsa Pasar
Transaksi *online* dapat membuat semua orang di seluruh dunia memesan dan membeli produk yang dijual hanya dengan melalui media komputer dan tidak terbatas jarak dan waktu.
2. Menurunkan biaya operasional
Transaksi *E-commerce* adalah transaksi yang sebagian besar operasionalnya diprogram di dalam komputer sehingga biaya-biaya seperti showroom, beban gaji yang berlebihan, dan lain-lain tidak perlu terjadi.
3. Melebarkan jangkauan (*global reach*).
Transaksi online yang dapat diakses oleh semua orang di dunia tidak terbatas tempat dan waktu karena semua orang dapat mengaksesnya hanya dengan menggunakan media perantara komputer.

2.3 Search Engine Optimization (SEO)

SEO (*Search Engine Optimization*) adalah proses mengoptimalkan situs web agar mendapatkan peringkat yang lebih tinggi dalam hasil pencarian organik mesin pencari seperti Google (Masruri, 2022). Tujuan utama SEO adalah meningkatkan visibilitas dan lalu lintas organik situs web. SEO sebagai serangkaian teknik dan strategi yang digunakan untuk meningkatkan peringkat suatu situs web dalam hasil mesin pencari organik.

2.4 Unified Modeling Language (UML)

Unified Modeling Language (UML) adalah bahasa standar untuk memodelkan, merancang, dan mendokumentasikan sistem perangkat lunak (DWT., 2019). UML menyediakan notasi grafis yang kaya dan konsisten untuk menggambarkan struktur, perilaku, dan interaksi dalam sistem yang kompleks. UML sebagai bahasa pemodelan standar yang digunakan untuk menggambarkan struktur, perilaku, dan interaksi sistem perangkat lunak.

2.5 Use Case Diagram

Use case diagram adalah jenis diagram UML (*Unified Modeling Language*) yang digunakan untuk menggambarkan interaksi antara aktor (entitas eksternal yang berinteraksi dengan sistem) dan sistem dalam konteks fungsionalitas yang spesifik (Sohlig, 2016). Diagram ini membantu dalam memodelkan fungsionalitas sistem dan memvisualisasikan bagaimana pengguna atau entitas eksternal berinteraksi dengan sistem. Use case adalah sarana untuk menggambarkan persyaratan sebuah sistem, yaitu sistem apa yang seharusnya digunakan. Berikut merupakan simbol yang digunakan dalam use case.

2.6 Fishbone Diagram

Fishbone diagram, juga dikenal sebagai diagram Ishikawa atau diagram sebab-akibat, digunakan untuk mengidentifikasi dan memvisualisasikan faktor-faktor yang mempengaruhi suatu masalah atau hasil yang diinginkan (Dilana, 2021). Diagram ini membantu dalam analisis akar penyebab masalah dan membantu tim dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam perbaikan atau solusi. Fishbone diagram adalah diagram yang digunakan untuk menganalisis dan menggambarkan hubungan sebab-akibat antara faktor-faktor yang mempengaruhi suatu masalah atau hasil. Diagram ini membantu dalam mengidentifikasi berbagai kategori faktor yang harus dipertimbangkan dalam analisis.

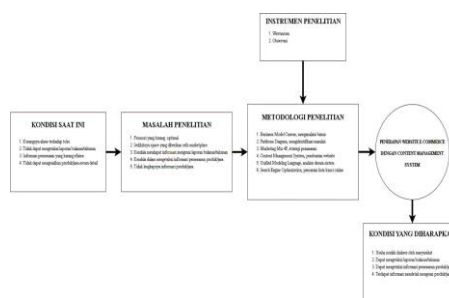
2.7 Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas adalah kerangka kerja yang digunakan untuk merancang, menggambarkan, dan menganalisis model bisnis suatu organisasi (Faisal, 2021). Ini adalah alat visual yang populer yang membantu dalam memahami komponen inti dari suatu bisnis dan bagaimana mereka saling terkait. Business Model Canvas membantu dalam mengidentifikasi peluang, menguji hipotesis, dan

merancang strategi bisnis yang efektif. Business Model Canvas adalah kerangka kerja yang digunakan untuk memvisualisasikan dan merancang model bisnis suatu organisasi. Kerangka kerja ini terdiri dari sembilan elemen kunci yang menggambarkan bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan memperoleh nilai. Elemen-elemen tersebut meliputi segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan dengan pelanggan, sumber daya kunci, kegiatan kunci, mitra kunci, struktur biaya, dan sumber pendapatan.

3. METODOLOGI

Tahapan yang akan dilakukan dalam pembuatan e-commerce berbasis website diilustrasikan seperti pada Gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka berpikir

3.1 Analisa Data

Analisa data pada usaha Javy Petshop menggunakan Business Model Canvas (BMC) guna mendeskripsikan dan mengidentifikasi model bisnis yang sedang berjalan maupun membuat strategi bisnis baru. Dalam Business Model Canvas terdapat:

1. Customer Segment
Mengetahui jenis customer yang akan menjadi target bisnis.
2. Value Propotion
Mengetahui keunggulan produk dan jasa dari suatu usaha serta apa saja sesungguhnya poin-poin yang dapat mendatangkan manfaat yang di tawarkan bisnis.

3. *Channels*
Media atau sarana apa saja yang dapat digunakan untuk menyampaikan produk dan jasa.
4. Revenue Stream
Cara Javy Petshop memperoleh pendapatan dari customer.
5. Key Resource
Daftar sumber daya yang sebaiknya direncanakan dan dimiliki Javy Petshop untuk mewujudkan value proposition.
6. Customer Relationship
Cara yang dilakukan Javy Petshop dalam menjalin ikatan dengan customer.
7. Key Activities
Aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas Javy Petshop dengan sebuah produk, dimana kegiatan utamanya adalah menghasilkan proposisi nilai.
8. Key Partnership
Pengorganisasian aliran suatu barang dan jasa dari Javy Petshop.
9. Cost Structure
Konsekuensi secara finansial dari cara yang digunakan dalam model bisnis.

3.2 Pengumpulan Data

Tahap ini dilakukan melalui proses observasi dari data di lapangan untuk mendapatkan kriteria atau faktor yang dipertimbangkan *customer* dalam melakukan pembelian. Selain dari itu penulis juga melakukan wawancara untuk dengan owner dari Javy Petshop untuk mendapatkan informasi lebih detail.

1. Wawancara
Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan proses tanya jawab yang dilakukan antara peneliti dengan narasumber untuk mendapat informasi mengenai Javy Petshop
2. Observasi
Observasi merupakan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan

informasi dengan proses pengumpulan data secara langsung/tangan pertama, melalui pengamatan

3.3 Analisa Sistem E-Commerce

Teknik yang digunakan untuk analisa dan perancangan sistem informasi adalah *Fishbone* Diagram untuk menganalisa sebab akibat. Menganalisa penyebab masalah pada badan usaha Javy Petshop, serta merancang sistem informasi, dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi masalah
2. Mengidentifikasi faktor masalah
3. Menemukan kemungkinan penyebab dari setiap faktor
4. Mengidentifikasi proses bisnis menggunakan *Business Model Canvas(BMC)*
5. Melakukan analisa hasil diagram yang sudah dibuat
6. Membuat *activity diagram* untuk sistem usulan
7. Membuat *use case* dan deskripsi *use case*
8. Membuat *class diagram*

3.4 Implementasi SEO

Teknik ini lebih difokuskan dalam menggunakan teknik *Search Engine Optimization On Page*. Teknik yang mengoptimalkan halaman web untuk mendapat peringkat lebih tinggi. Teknik pada *On Page* yang digunakan antara lain :

1. Mendaftarkan Pada *Google Search Console*
2. Menggunakan Gambar
3. Penggunaan *Focus Keyword*

3.5 Strategi Marketing

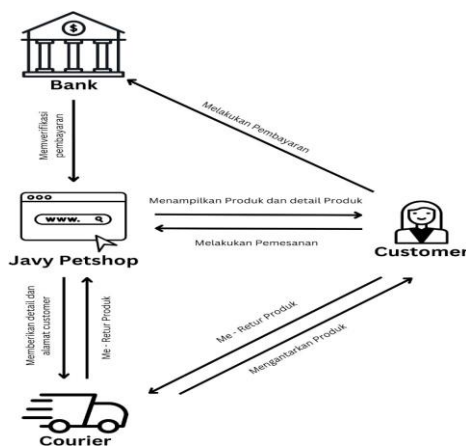
Teknik strategi marketing yang digunakan adalah 4P. 4P adalah kumpulan komponen-komponen awal bagi bisnis, serta bagaimana memuaskan pelanggan melalui proses dengan tetap memperhatikan semua aspek dan tujuannya terkait dengan kepentingan perusahaan. Strategi marketing 4P terdiri dari 4 bagian, yaitu :

1. *Product* (Produk)
Produk yang ditawarkan oleh Javy Petshop berupa peralatan dan makanan untuk hewan peliharaan. Jasa yang ditawarkan berupa *Pet Hotel, Pet Saloon, dan Pet Clinic*.
2. *Price* (Harga)
Harga yang ditawarkan oleh Javy Petshop dalam produk maupun jasa yang dijual dapat digolongkan sebagai harga yang murah.
3. *Place* (Tempat)
Pada saat ini Javy Petshop melakukan penjualan secara online maupun offline. Secara online Javy Petshop melakukan penjualan melalui beberapa digital marketplace seperti *Shopee dan Tokopedia*.
4. *Promotion* (Promosi)
Javy Petshop melakukan beberapa promosi melalui sosial media, dan promosi penjualan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini Analisa dilakukan ke badan usaha Javy Petshop. Gambar 4 merupakan deskripsi dari hasil analisa proses bisnis badan usaha Javy Pethop:

Hasil penelitian hendaknya dibandingkan dengan teori dan temuan penelitian yang relevan)



Gambar 4. Rich Picture

4.1 Analisis Masukan dan Keluaran

a. Data Masukan

Dalam melakukan analisis ini penulis mengumpulkan beberapa dokumen yang masuk kedalam sistem informasi penjualan dan pembelian pada badan usaha Javy Petshop seperti pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1 Dokumen masukan

No	Nama Dokumen	Fungsi
1	Faktur Pembelian	Menginformasikan barang yang dibeli
2	Kartu Stok	Informasi Stok barang di gudang
3	Data Pesanan	Informasi barang yang dipesan kepada supplier
4	Daftar Barang Tidak Tersedia	Informasi Barang yang tidak tersedia

Data Keluaran

Data keluaran adalah dokumen yang dipakai sebagai output ataupun dokumen yang akan digunakan sebagai informasi kepada owner, seperti yang terlihat pada Tabel 2. Termasuk kedalam data keluaran dari Javy Petshop adalah sebagai berikut:

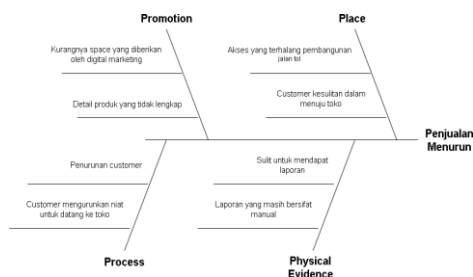
Tabel 2 Data keluaran

No	Nama Dokumen	Fungsi
1	Laporan Penjualan	Menginformasikan transaksi penjualan
2	Laporan Persediaan	Menginformasikan jumlah persediaan
3	Laporan Pembelian	Menginformasikan transaksi pembelian
4	Daftar pemesanan	Menginformasikan daftar pemesanan yang dilakukan kepada supplier

4.2 Analisis Masalah

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan *Fishbone* diagram untuk

menganalisis masalah yang diteliti pada badan usaha Javy Petshop. *Fishbone* seperti yang dapat dilihat pada Gambar 3



Gambar 3. *Fishbone*

Pada Tabel. 2 permasalahan utama yang dihadapi oleh Javy Petshop adalah menurunnya penjualan. Hal tersebut disebabkan oleh empat faktor, diantaranya adalah:

1. *Place*

Masalah utama dari faktor ini adalah akses yang terhalang oleh pembangunan jalan tol, serta *customer* yang kesulitan dalam mengakses toko.

2. *Promotion*

Dalam faktor ini, masalah yang ada berupa kurangnya *space* yang diberikan oleh *digital marketplace* dan detail produk yang tidak lengkap.

3. *Physical Evidence*

Pada faktor ini, masalah utamanya adalah Javy Petshop yang kesulitan dalam mendapat laporan, dan laporan yang masih bersifat manual.

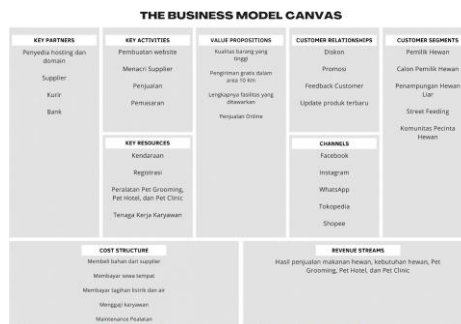
4. *Process*

Adanya faktor ini dikarenakan oleh terjadinya penurunan *customer*, dan *customer* yang mengurungkan niatnya untuk datang ke toko secara langsung.

4.3 **Business Model Canvas (BMC)**

Business Model Canvas (BMC) digunakan dalam penelitian ini untuk mempermudah pembaca dalam melihat

gambaran ide bisnis dan juga realisasinya secara cepat. Berikut Merupakan Gambar 4 dari *Business Model Canvas* yang dimiliki oleh Javy Petshop:



Gambar 4. *Business Model Canvas*

Berdasarkan gambar diatas *Business Model Canvas* pada badan usaha Javy Petshop dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Key Partner*

Merupakan hubungan kerjasama yang dilakukan oleh Javy Petshop dalam menjalankan bisnisnya. Javy Petshop menjalin hubungan bisnis dengan penyedia hosting dan domain, kurir, supplier makanan hewan, kebutuhan hewan, dan bank untuk mempermudah transaksi.

2. *Key Activities*

Merupakan kegiatan yang dilakukan dalam proses bisnis Javy Petshop. Kegiatan tersebut meliputi pembuatan website, mencari supplier, penjualan dan pemasaran dari produk dan jasa yang ditawarkan oleh Javy Petshop.

3. *Key Resources*

Merupakan sumber daya yang digunakan oleh Javy Petshop untuk menjalankan bisnisnya. Sumber daya yang digunakan pada Javy Petshop berupa kendaraan, registrasi, peralatan grooming, peralatan pet hotel, peralatan pet clinic, dan tenaga kerja karyawan.

4. *Value Proposition*

Keunggulan bisnis yang dimiliki oleh Javy Petshop dalam melakukan bisnisnya. Keunggulan yang diberikan antara lain adalah penjualan online, kualitas barang yang tinggi, pengiriman secara gratis jika berada dalam area 10 kilometer dari Javy Petshop, dan lengkapnya fasilitas yang ditawarkan.

5. Customer Relationship

Merupakan usaha Javy Petshop dalam menjaga dan meningkatkan relasi dengan customer. Usaha yang dilakukan berupa menggunakan diskon, promosi, *feedback customer*, dan *update* produk terbaru untuk menarik minat customer.

6. Channels

Merupakan strategi marketing yang dilakukan oleh Javy Petshop untuk mempromosikan produk dan jasa yang ditawarkan. Promosi tersebut dilakukan melalui media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp*, dan beberapa digitalmarketplace.

7. Customer Segments

Merupakan target customer dari Javy Petshop dalam menawarkan produk dan jasa. Target customer dari Javy Petshop berupa pemilik hewan peliharaan yang membutuhkan produk ataupun jasa yang ditawarkan Javy Petshop.

8. Cost Structure

Merupakan biaya yang dikeluarkan oleh Javy Petshop dalam menjalankan bisnisnya. Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan kebutuhan bisnis seperti membeli bahan dari *supplier*, membayar sewa tempat, membayar tagihan listrik dan air, menggaji karyawan, dan maintenance peralatan.

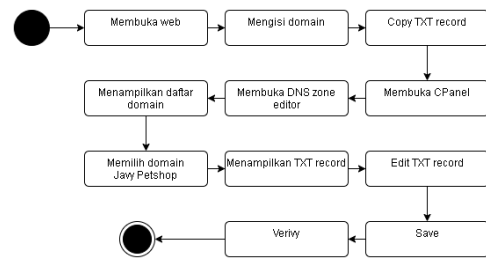
9. Revenue Stream

Merupakan penghasilan atau profit yang dihasilkan oleh Javy Petshop dalam penjualan produk dan jasa. Profit

didapatkan dari hasil penjualan makanan hewan, kebutuhan hewan, *pet grooming*, *pet hotel*, dan *pet doctor*.

Strategi SEO

Strategi SEO yang dilakukan dalam penelitian ini, dideskripsikan seperti pada Gambar 5 berikut ini:



Gambar 5. Strategi SEO

1. Penelitian kata kunci

Penulis melakukan penelitian kata kunci untuk mengetahui kata kunci yang relevan dengan produk dan layanan yang ditawarkan oleh Javy Petshop. Gunakan alat seperti Google Keyword Planner atau SEMrush untuk menemukan kata kunci yang populer dan memiliki tingkat persaingan yang wajar.

2. Optimalisasi Halaman

Setelah menentukan kata kunci yang relevan, penulis mengoptimalkan halaman situs web Javy Petshop. Hal tersebut dilakukan dengan memastikan kata kunci tersebut terdapat dalam judul halaman, URL, tag meta deskripsi, dan dalam konten halaman. Namun, penulis hindari penggunaan kata kunci secara berlebihan (*keyword stuffing*), karena hal ini dapat berdampak negatif pada peringkat situs web.

3. Optimalisasi Gambar

Penulis memastikan gambar produk yang ditampilkan dalam situs Javy Petshop memiliki deskripsi yang relevan dan menggunakan atribut alt yang dapat dibaca oleh mesin pencari. Hal ini membantu dalam meningkatkan

visibilitas situs web dalam hasil pencarian gambar.

4. Analisis dan Pemantauan

Penulis menggunakan alat analisis seperti Google Analytics untuk melacak dan menganalisa kinerja situs web. Penulis memperhatikan metrik seperti lalu lintas organik, kata kunci yang mengarahkan pengunjung, dan tingkat konversi. Dengan pemantauan yang baik, penulis dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan melakukan penyesuaian strategi SEO.

5. KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian maka bisa disimpulkan bahwa hasil akhir penelitian dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan bagi Javy Petshop. Hasil penelitian ini menghasilkan sebuah rancangan *website e-commerce* yang memiliki beberapa fungsi seperti memasarkan dan menjual produk serta jasa yang ditawarkan melalui website, juga sudah terintegrasi dengan media sosial seperti Instagram maupun *Whatsapp*. Penelitian ini juga bermaksud untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai implementasi *e-commerce* menggunakan *wordpress* untuk sebuah badan usaha, serta sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya. Hasil akhir dari penelitian ini adalah penulis dapat menggunakan strategi marketing dan sosial media untuk melakukan promosi, mencetak laporan periode, menyimpan informasi mengenai pemesanan produk, dan membuat katalog yang menyimpan detail produk.

Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan sistem agar dapat berjalan dengan baik, ada beberapa hal yang penulis sarankan untuk badan usaha Javy *Petshop*, yaitu:

1. Untuk secepat mungkin mengimplementasikan analisa dan perancangan sistem informasi via *website e-commerce* yang sudah

dibuat agar dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan produk.

2. Pihak manajemen diharapkan dapat membeli perlengkapan dengan spesifikasi yang mendukung implementasi sistem *e-commerce* yang sudah dibuat.
3. Diharapkan untuk adanya maintenance terhadap software dan hardware yang digunakan.
4. Perlunya sosialisasi mengenai website *e-commerce* beserta fitur-fitur yang dapat mempermudah pelanggan bisa sistem ini diimplementasikan.
5. Analisa dan perancangan dengan model *website e-commerce* yang sudah di buat diharapkan dapat dikembangkan oleh badan usaha Javy Petshop.
6. *Sistem e-commerce* yang sudah dibuat masih jauh dari kata sempurna, sehingga perlu dilakukan pengembangan untuk selanjutnya.

Demikian kesimpulan dan saran ini disampaikan, semoga rancangan sistem ini dijadikan sebagai solusi dalam meningkatkan potensi calon pelanggan, dan mempermudah pelanggan dalam berinteraksi dengan adanya media *website e-commerce* ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dilana. (2021). Penerapan Statistical Quality Control Dan Fishbone Dalam Pengendalian Kualitas Produk. *Universitas Diponegoro*, 8-29.
- DWT., P. (2019). Unified Modelling Language (UML) dalam Perancangan Sistem Informasi Permohonan Pembayaran Restitusi SPPD'. *Jurnal Teknolf*, 32-39.
- Faisal. (2021). Implementasi Website E-Commerce Berbasis Content Management System Wordpress Pada Toko Pesona Tanaman. *IKRAITH-Informatika*, 121-131.
- Loudon. (2021). *Management Information System : Manaaging the Digital Firm in New JErsey: Prentice Hall*. Pearson.

- Masruri. (2022). Kajian Metode SEO Berbasis OnPage sebagai Strategi Meningkatkan Visibilitas Website di SERP. *Jurnal Keilmuan dan Aplikasi Teknik Informatika*.
- Sohlig. (2016). Analisis Dan Perancangan Berorientasi Obyek. *Jurnal Teknolf*, 1-6.
- Windihastuty, W. (2019). Perancangan Sistem E-Commerce Untuk Memperluas Pasar Hasil Olahan Sidat. *Mnemonic*, 17-25.