

PERANCANGAN MODEL *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM WORDPRESS* PADA PT DINDA RESTU KUMALA

Arif Ramadhan^{1*}, Agus Umar Hamdani²

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

Email: ¹1*1912520044@budiluhur.ac.id, ²agus.umarhamdani@budiluhur.ac.id

(* : corresponding author)

Abstrak-Toko Dinda Restu Kemala merupakan usaha yang menjual berbagai jenis roti, yang terletak di Jalan *Green Citayam City* Blok DD3 No. 26 Jl. Raya Citayem- Parung Ragajaya Bojong Gede. Toko Dinda Restu Kemala menawarkan berbagai jenis roti, jenis roti yang ditawarkan antara lain roti abon daging, roti ayam, roti keju bawang putih, roti coklat, roti keju coklat, roti kacang, roti keju. Saat ini proses penjualan di toko Dinda Restu Kemala masih belum efisien, promosi hanya dilakukan melalui *WhatsApp* dan *Instagram*, serta sulitnya pengelola dalam mencatat transaksi penjualan. Kurangnya promosi mengakibatkan tidak adanya kenaikan pada omzet penjualan. Berdasarkan permasalahan diatas, penulis melakukan penelitian dan analisis serta mengusulkan solusi berupa aplikasi penjualan elektronik (*e-commerce*) untuk membantu pemilik toko mengatasi permasalahan diatas. Penulis menggunakan pengembangan system yaitu sistem manajemen konten (*CMS WordPress*) untuk mengimplementasikan model *e-commerce*. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Unified Modeling Language (UML)* untuk merancang deskripsi sistem. Metode *Business Model Canvas (BMC)* digunakan untuk menganalisis model bisnis suatu perusahaan. Teknik optimasi mesin pencari (*SEO*) pada halaman untuk pencarian kata kunci dan teknik pemasaran menggunakan strategi pemasaran campuran (produk, harga, tempat dan promosi). Hasil akhir dari penelitian ini adalah sebuah *prototype e-commerce* yang dapat meningkatkan penjualan dan promosi produk yang dijual Toko Dinda Restu Kemala.

Kata Kunci: *E-Commerce, Content Management System, Search Engine Optimization, Online Marketing*

DESIGNING *E-COMMERCE* MODEL USING *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM WORDPRESS* AT PT DINDA RESTU KUMALA

Abstract-Toko Dinda Restu Kemala is a business that sells various types of bread, which is located on Jalan *Green Citayam City* Blok DD3 No. 26 Jl. Raya Citayem- Parung Ragajaya Bojong Gede. Dinda Restu Kemala Shop offers various types of bread, the types of bread provided include shredded pork bread, chicken bread, garlic cheese bread, chocolate bread, chocolate cheese bread, peanut bread, cheese bread. Currently, the sales process at the Dinda Restu Kemala store remains inefficient, with promotions taking place only through *WhatsApp* and *Instagram*, and it is difficult for managers to record sales transactions. Lack of promotion resulted in no increase in sales. Based on the above problems, the author conducted research and analysis and proposed a solution in the form of electronic sales application (*e-commerce*) to help store owners overcome the above problems. The author uses a development system, the *WordPress* content management system (*CMS*), to implement the *e-commerce* model. The research was conducted using the *Unified Modeling Language (UML)* approach to design system descriptions. The *Business Model Canvas (BMC)* method is used to analyze a company's business model. On-page search engine optimization (*SEO*) techniques for keyword searches and marketing techniques using a mixed marketing strategy (product, price, place and promotion). The end result of this research is an *e-commerce* prototype that can increase sales and promotion of products sold by Toko Dinda Restu Kemala.

Keywords: *E-Commerce, Content Management System, Search Engine Optimization, Online Marketing*

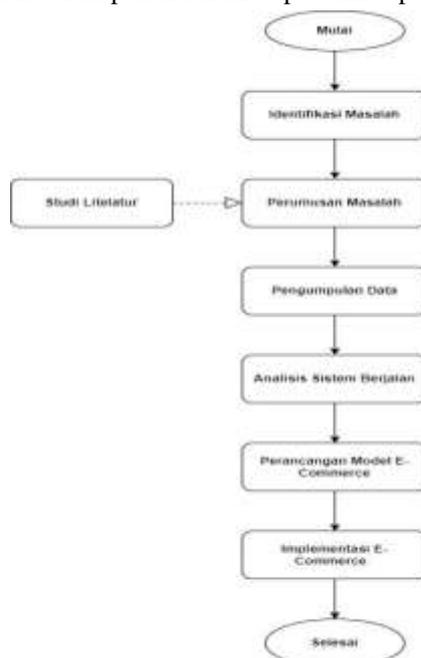
1. PENDAHULUAN

Toko Dinda Restu Kemala merupakan usaha yang menjual berbagai jenis roti, yang terletak di Jalan *Green Citayam City* Blok DD3 No. 26 Jl. Raya Citayem- Parung Ragajaya Bojong Gede. Toko Dinda Restu Kemala menawarkan beraneka ragam jenis roti, adapun jenis-jenis roti yang ditawarkan seperti roti floss abon, roti isi daging ayam, roti garlic chiz, roti coklat, roti coklat keju, roti kacang, roti keju. Namun pada Toko Dinda Restu Kemala ada beberapa masalah yang membuat pemasaran berjalan kurang baik karena tidak lengkapnya daftar produk dan harga yang berada di *Instagram* dan *Whatsapp*, staf admin kesulitan mendata transaksi penjualan, kurangnya promosi yang dilakukan menyebabkan omzet penjualan tidak mengalami peningkatan karena promosi produk hanya lewat WA dan IG. Berdasarkan kondisi di atas, maka penulis melakukan penelitian untuk membantu Toko Dinda Restu Kemala dalam memberikan solusi guna memperbaiki fasilitas penjualan dan pemasaran yang ada saat ini. Alasan memilih *website e-commerce* adalah untuk mempermudah dan memperluas penjualan serta

untuk membangun branding pada Toko Dinda Restu Kemala, berdasarkan dari latar belakang dan masalah yang ada, maka perlu penerapan *e-commerce* untuk memenuhi kebutuhan jual beli produk yang digunakan untuk memasarkan jenis roti pada Toko Dinda Restu Kemala. Adapun penelitian-penelitian terkait yang sesuai dengan topik yang penulis ambil, antara lain : penelitian yang dilakukan oleh (Fifin dan Vina., 2019) [1], penelitian kedua dilakukan oleh (Nurul dan Mochamad., 2022) [2], dan penelitian ketiga dilakukan oleh (Tubagus., 2020) [3]. Penelitian yang dibahas menunjukkan permasalahan yang umum dihadapi adalah media periklanan hanya menggunakan spanduk, penjualan masih sebatas *offline*, dan penyimpanan data serta pencetakan laporan masih berupa pencatatan dalam bentuk arsip, metodologi penelitian yang digunakan adalah model *watrefall*.

2. METODE PENELITIAN

1. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Metode Penelitian

Tahap awal penelitian diawali dengan kajian identifikasi permasalahan dan penyebab permasalahan yang terjadi pada toko Dinda Restu Kemala. Tahap kedua adalah merumuskan pemecahan masalah berdasarkan penelitian teoritis dan penelitian kepustakaan, dan tahap ketiga adalah pengumpulan data. Tujuan dari tahap ini adalah untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian. Berikut metode pengumpulan data yang penulis tempuh dalam penelitian ini: Wawancara yaitu pertanyaan lisan kepada pemilik toko Dinda Restu Kemala. Melalui metode ini penulis memahami bagaimana proses bisnis toko Dinda Restu Kemala berlangsung yaitu observasi berupa pengamatan langsung terhadap toko Dinda Restu Kemala untuk fokus pada proses penjualan dan penelitian literatur dengan menggunakan berbagai referensi yang sesuai. masalah yang sedang dipelajari. Penelitian ini dilakukan pada jurnal-jurnal yang menjadi acuan kegiatan penelitian ini dan tahap selanjutnya adalah melakukan analisis sistem operasional yang meliputi: Analisis model bisnis Toko Dinda Restu Kemala menggunakan alat *Business Model Canvas (BMC)* untuk mendeskripsikan dan merancang Bisnis Dinda Restu Model Toko Kemala Menggunakan 9 (Sembilan) Elemen *Business Model Canvas* [4], melakukan analisis masalah, penyebab dan dampak masalah menggunakan *tools Fishbone Diagram*[5], melakukan analisis proses bisnis berjalan pada Toko Dinda Restu Kemala menggunakan *tools UML Activity Diagram*[6], langkah berikutnya adalah merancang model *E-Commerce* usulan menggunakan *tools UML Use Case Diagram*[7], *Graphical User Interface (GUI)* dan tahap terakhir adalah implementasi model *E-Commerce* menggunakan pendekatan *Content Management System Wordpress (CMS)*[8], implementasi model *Search Engine Optimization (SEO)* dengan pendekatan *On-page SEO*[9] dan implementasi model strategi *marketing* menggunakan pendekatan *Mix Marketing*[10].

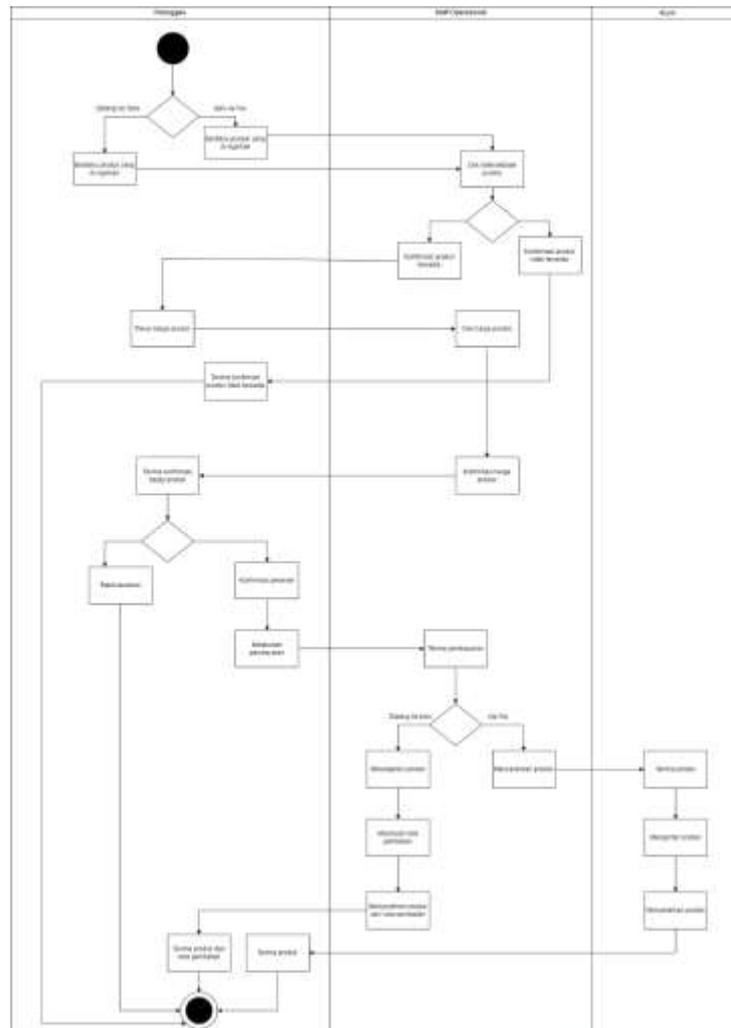
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Proses Bisnis

Proses bisnis pada sistem berjalan pada Toko Dinda Restu Kemala antara lain:

a. Proses Pembelian Produk Oleh Pelanggan

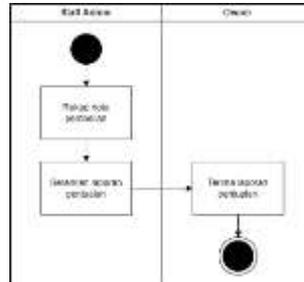
Pada gambar 2 menjelaskan bahwa pembeli bisa datang ke toko atau memesan lewat WA untuk memberitahukan produk yang diperlukan. Kemudian staf operasional akan melakukan pengecekan apakah produk tersebut tersedia atau tidak. Apabila produk nya tersedia, staf operasional akan mengkonfirmasi produk ke pelanggan , namun jika tidak tersedia staf operasional akan mengkonfirmasi ke pelanggan bahwa barang tidak tersedia. Setelah itu, pelanggan akan menanyakan harga produk, yang kemudian akan dikonfirmasi oleh staf operasional. Jika pembeli memutuskan untuk membeli, maka pembeli harus melakukan pembayaran, setelah staf operasional menerima pembayaran, apabila pelanggan datang ke toko langsung maka staf operasional akan menyiapkan barang lalu membuat nota pembelian kemudian menyerahkan produk dan nota pembelian ke pelanggan. Jika pelanggan membeli lewat WA maka setelah staf operasional menerima pembayaran, staf operasional akan menyerahkan produk ke kurir dan kurir akan mengantarkan produk tersebut ke pelanggan.



Gambar 2. Activity diagram Pembelian Produk

b. Proses Pembuatan Laporan

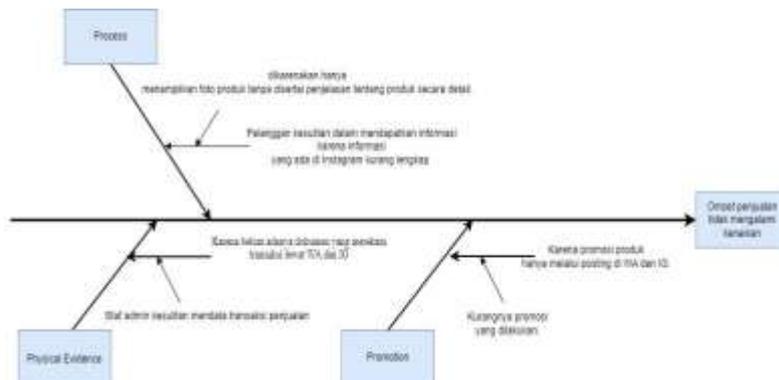
Pada gambar 3 setiap transaksi, admin melakukan rekap penjualan berdasarkan nota pembelian. Yang nantinya, laporan penjualan tersebut akan diserahkan kepada *owner*.



Gambar 3. Activity diagram Pembuatan Laporan

3.1.1 Analisis Masalah Pada Sistem Berjalan Menggunakan *Fishbone Diagram*

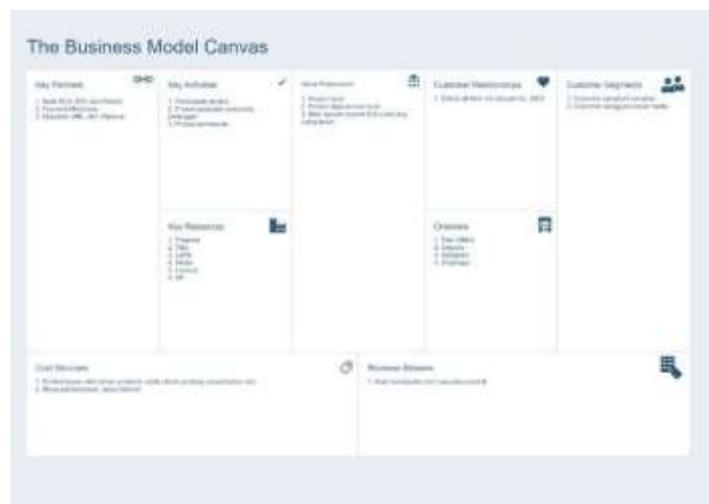
Pada gambar 4 berikut ini adalah hasil analisis masalah yang ada di Toko Dinda Restu Kemala menggunakan *Fishbone Diagram* :



Gambar 4. Analisa Masalah Menggunakan Metode *Fishbone*

3.1.2 Analisis Model Bisnis Usulan Menggunakan *Business Model Canvas*

Pada gambar 5 adalah hasil analisa model bisnis pada Toko Dinda Restu Kemala menggunakan pendekatan Kanvas Model Bisnis. Ada 9 elemen dalam Kanvas Model Bisnis yang dianalisa dijelaskan pada gambar.



Gambar 5. Analisa *Business Model Canvas*

Berikut penjelasan mengenai model Analisis Kanvas Model Bisnis pada Toko Dinda Restu Kemala, antara lain : *Key Partnership* (Mitra kerjasama yang bekerja sama dalam rangka mempermudah aktivitas bisnis Toko Dinda Restu Kemala adalah Bank dan Ekspedisi: Bank, dikarenakan pada penjualan *online* toko melakukan transaksi dengan metode pembayaran melalui beberapa bank. Bank yang diterapkan pada Toko Dinda Restu Kemala adalah Bank BCA. BNI dan Mandiri, Midtrans. Ekspedisi, dalam melakukan pengiriman produk nya toko melakukan kerjasama dengan berbagai ekspedisi. Ekspedisi yang diterapkan pada Toko Dinda Restu Kemala adalah JNE, J&T, Wahana, *Key Activities* (Aktivitas kunci) : proses bisnis ini yang akan digunakan untuk menjaga kondisi operasional bisnis menjadi lebih stabil, dimulai dari pembuatan produk sampai dengan produk dijual ke pelanggan serta pemasaran produk, tahap *Key Resources* (Sumber daya kunci) : sumber daya yang harus dimiliki atau dibutuhkan bagi kelangsungan Toko Dinda Restu Kemala antara lain : Karyawan, gedung toko, listrik, modal, *internet* dan telepon seluler, *Value Proposition* (nilai bisnis yang diberikan): Inilah nilai yang diberikan Toko Dinda Restu Kemala kepada konsumen, antara lain: produk halal, produk higienis dan lezat serta anda dapat *request custom* foto untuk kue ulang tahun, *Customer Relations* (Metode Interaksi Dengan Pelanggan) Dalam menjalin hubungan dengan konsumen, Toko Dinda Restu Kemala menerapkan metode sebagai berikut: Diskon seluruh produk roti hingga Rp 5.000,-, *Channel* (Saluran Promosi): Media atau Metode Toko Dinda Restu Kemala digunakan untuk menjangkau konsumen. Toko Dinda Restu Kemala memiliki toko *offline* yang dapat dikunjungi oleh pelanggan jika ingin datang ke tokonya. Selain itu, ke depannya Toko Dinda Restu Kemala akan memanfaatkan media sosial dan *website* seperti *WhatsApp*, *Instagram*, dll untuk memasarkan produknya. Segmentasi Pelanggan : Karena produk yang dijual merupakan produk khusus bukan kebutuhan pokok, maka sasaran pasar konsumen Toko Dinda Restu Kemala meliputi: Pelanggan rumah tangga dan pelanggan pengguna media sosial. Struktur Biaya : Biaya-biaya yang harus dikeluarkan untuk proses bisnis Toko Dinda Restu Kemala antara lain: pembelian bahan produksi, pencetakan kemasan plastik, penambahan perkakas (tentatif) dan biaya gaji karyawan, biaya jaringan dan sumber pendapatan: Pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk..

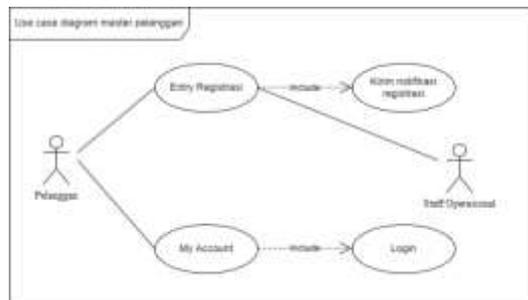
3.1.3 Perancangan Sistem

1) Use case diagram Master

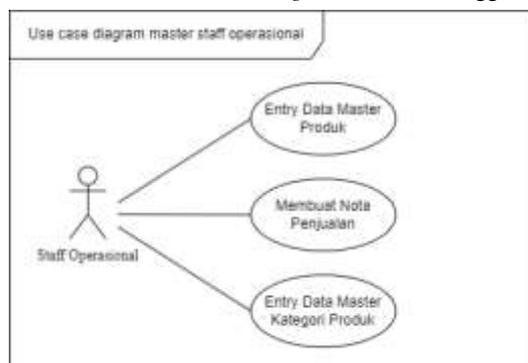
gambar 6 menjelaskan mengenai *use case diagram* master pelanggan yang terdapat entry registrasi, my account dan login.

Gambar 7 menjelaskan tentang *use case diagram* staff operasional yang terdapat entry data produk master, membuat nota penjualan, entry data master kategori produk.

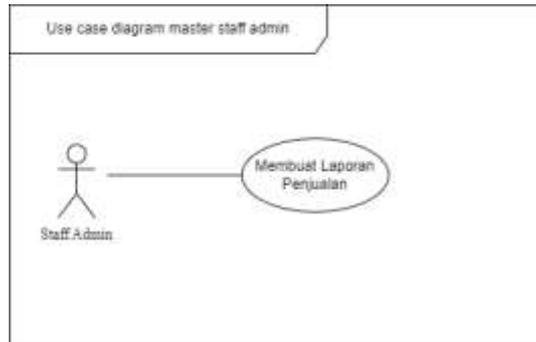
Gambar 8 menjelaskan mengenai *use case diagram* master staf admin yang terdapat membuat laporan penjualan.



Gambar 6. Use case diagram Master Pelanggan



Gambar 7. Use case diagram Master Staf Operasional



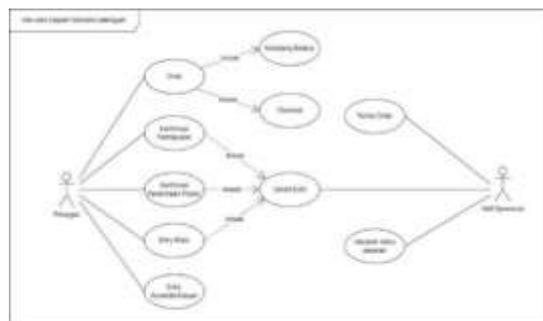
Gambar 8. Use case diagram Master Staf Admin

2) Use case diagram Transaksi

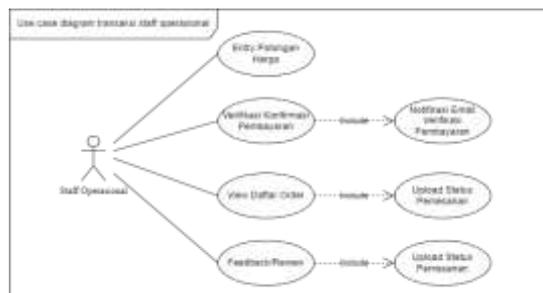
Gambar 9 menjelaskan tentang use case diagram transaksi pelanggan yang terdapat order, konfirmasi pembayaran, konfirmasi penerimaan produk, entry retur, entry komentar/ulasan, terima order dan merubah status pesanan.

Gambar 10 menjelaskan tentang use case diagram master staf operasional yang terdapat entry potongan harga, verifikasi konfirmasi pembayaran, view daftar order, feedback review.

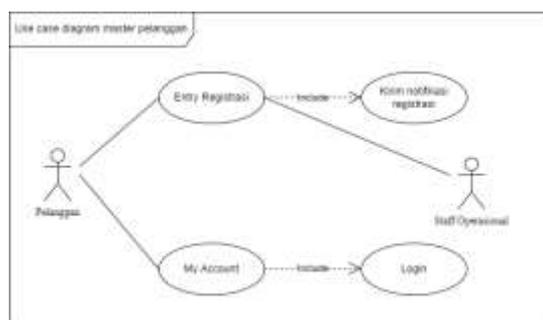
Gambar 11 menjelaskan mengenai use case diagram master pelanggan yang terdapat entry register dan my account.



Gambar 9. Use case diagram Transaksi Pelanggan



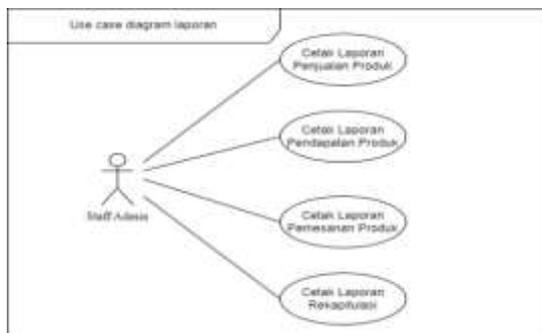
Gambar 10. Use case diagram Staf Operasional



Gambar 11. Use case diagram Master Pelanggan

3) Use case diagram Laporan

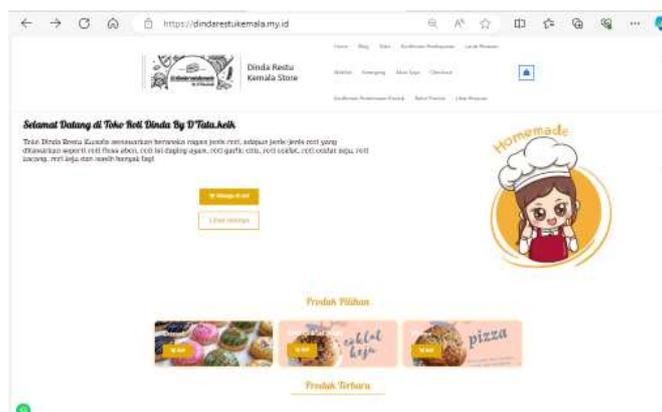
Gambar 12 menjelaskan tentang *use case diagram* master laporan yang terdapat cetak laporan penjualan produk, cetak laporan pendapatan produk, cetak laporan pemesanan produk, cetak laporan rekapitulasi.



Gambar 12. Use case diagram Laporan

3.1.4 Hasil Implementasi E-Commerce

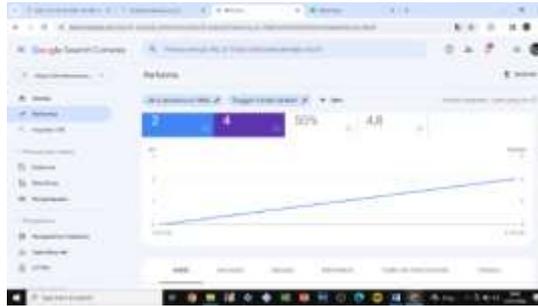
Gambar 13 merupakan halaman utama dari aplikasi E-Commerce yang diusulkan sebagai hasil implementasi E-Commerce pada Toko Dinda Restu Kemala dengan alamat domain yang digunakan adalah <https://dindarestukemala.my.id>



Gambar 13. Halaman Utama Website E-Commerce Toko Dinda Restu Kemala

3.1.5 Hasil Implementasi Strategi Search engine optimization (SEO)

Pada gambar 14 adalah hasil implementasi dan pengujian teknik Search Engine Optimization (SEO) pada Toko Dinda Restu Kemala: Selama periode 10 Januari 2024 hingga 11 Januari 2024 diperoleh data hasil kinerja penelusuran *web* Toko Dinda Restu Kemala dengan *Total Click* = Jumlah total orang yang mengklik alamat *URL website e-commerce* di mesin pencarian *google* sebanyak 2 pengunjung, *Total Impressions* = Jumlah total orang yang melakukan pencarian kata kunci di mesin *google* sebanyak 4 orang. Ini artinya terdapat 2 pengunjung yang sudah mengakses alamat *website* dan 2 orang yang mencari dan menemukan kata kunci pencarian, *Average CTR* = Merupakan hasil dari pembagian antara total *clicks* dengan total *impression* dikali 100. Semakin tinggi angkanya semakin baik. Pada *website* Toko Dinda Restu Kemala diperoleh hasil 50% dan *Average Position* = Posisi rata-rata *website e-commerce* di mesin pencarian *google* dengan nilai 4,8.



Gambar 14. Hasil Pengujian Performa Website E-Commerce

Pada gambar 15 dilakukan pengujian pencarian kata kunci di mesin *Google Search* untuk menguji keberhasilan teknik SEO. Berikut adalah hasil pencarian kata kunci pada *Google Search* yang dilakukan pada 13 Januari 2024 Pukul 14.20 WIB menggunakan kata kunci { Roti Sosis Dinda }. Kata kunci berada pada halaman ke dua dan urutan ke sepuluh pada mesin pencarian.



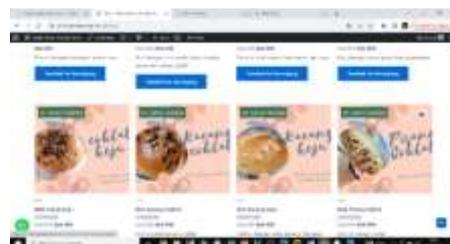
Gambar 15. Hasil Pengujian Pencarian Kata Kunci

3.1.6 Hasil Implementasi *Online Marketing*

Pada gambar 16 dan 17 merupakan hasil implementasi strategi pemasaran yang sudah diterapkan pada website Toko Dinda Restu Kemala : *Product Strategy* (Strategi Produk), berikut ini adalah fitur katalog produk yang dijual dengan berbagai macam produk yang dikategorikan sesuai jenisnya dan fitur retur produk yang dapat digunakan apabila terdapat kerusakan atau ketidaksesuaian produk.

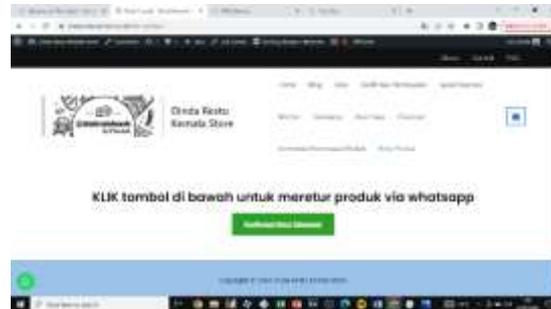


Gambar 16. Fitur Katalog Produk



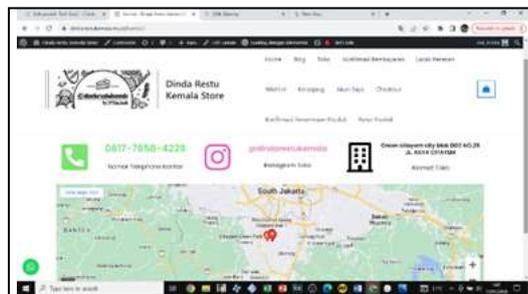
Gambar 17. Fitur Retur Produk

Selanjutnya pada gambar 18 adalah *Price Strategy* (Strategi harga) : fitur diskon berisi daftar produk yang diberikan potongan harga oleh Toko Dinda Restu Kemala kepada setiap pelanggan.



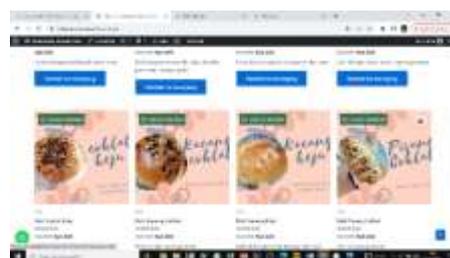
Gambar 18. Fitur Diskon

Selanjutnya pada gambar 19 adalah *Place Strategy* (Strategi Distribusi Produk), menambahkan peta lokasi *offline store* sehingga pelanggan atau calon pelanggan dapat mengaskes tokonya secara langsung untuk memudahkan pelanggan dalam berbelanja. Dengan adanya tampilan peta lokasi di *website*, diharapkan juga rasa percaya calon pelanggan untuk berbelanja di Toko Dinda Restu Kemala meningkat.



Gambar 19. Fitur Maps

Selanjutnya pada gambar 20 adalah *Promotion Strategy* (Strategi promosi), membuat potongan harga untuk semua produk roti menjadi harga sebesar Rp. 5000



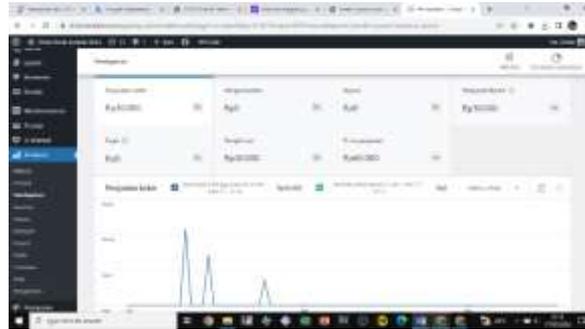
Gambar 20. Fitur potongan harga

dan pada gambar 21 adalah fitur ulasan produk berisi hasil penilaian dari pengguna mengenai produk yang dijual.



Gambar 21. Fitur ulasan

Pada gambar 22 adalah hasil rekap penjualan melalui *website*



Gambar 22. Fitur rekap penjualan

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis serta implementasi model *e-commerce* berbasis *webiste* pada Toko Dinda Restu Kemala, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut : dengan Implementasi model *e-commerce* berbasis *Content Management System* (CMS) *Wordpress* dibuatkannya fitur katalog produk yang dapat menyajikan informasi produk yang dijual secara lengkap dalam waktu cepat, dengan adanya implementasi model *e-commerce* berbasis *Content Management System* (CMS) *Wordpress* dibuatkannya promosi *online* via *web* sehingga memudahkan pemilik toko untuk menjual produk secara *online* dan memudahkan staf admin dalam merekap data penjualan.

2. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sonata, T, and Winda Sari, V. Juni 2019. Pemanfaatan UML (Unified Modeling Language) Dalam Perancangan Sistem Informasi e-commerce Jenis Customer-To-Customer. *Jumal Komunika*, Vol.8 No 1. Juni 2019.
- [2] N. Musthofa and M. A. Adiguna,. (2022).“Perancangan Aplikasi E-Commerce Spare-Part Komputer Berbasis Web Menggunakan CodeIgniter Pada Dhamar Putra Computer Kota Tangerang,” *OKTAL J. Ilmu Komput. dan Sains*, vol. 1, no. 03, pp. 199–207, 2022.
- [3] Rivanthio, T. R., 2020, Perancangan Website E-commerce Rikas Collection, *Jumal Tematik* Vol. 7, No. 2:187-195, Politeknik LP3I Bandung.
- [4] Luthan, Muhamad Zulkyfli. 2019. Analisis Pengembangan Model Bisnis Kanvas Perusahaan Hortikultura PT. XYZ <https://doi.org/10.29244/fagb.9.2.185-199>
- [5] Indah, D. (2020). Analisis Fishbone Diagram Untuk Mengevaluasi Proses Bisnis Distribusi Air Pada Pdam Studi Kasus Pada Pdam Tirta Raya Kabupaten Kubu Raya Fishbone Diagram Analysis To Evaluate Water Distribution From Business Process In Pdam Case Study In Pdam Tirta Raya K. *Financial: Jumal Akuntansi*, 6, 1–16.
- [6] Prasetya, et al. (2022). Perancangan Aplikasi Rental Mobil Menggunakan Diagram UML (Unified Modelling Language). *Jumal Ilmiah Komputer Terapan dan Informasi*, 1(1), 14-18.
- [7] Putra, D. W. T. and Andriani, R. (2019). Unified modelling language (uml) dalam perancangan sistem informasi permohonan pembayaran restitusi sppd. *Jumal Teknoif Teknik Informatika Institut Teknologi Padang*, 7(1), pp. 32–39.
- [8] Di, C. M. S., Lingkungan, M., & Depok, R. W. (2021). PEMANFAATAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM. 1(2), 63–67.
- [9] Pramudita. D. Y., et al. (2019). Penerapan Metode SEO *On page* dan *Off page* Pada Web Penjualan *Online* Untuk Meningkatkan Ranking SERP. *Jumal Ilmiah NERO*, 4(2), 125-133.
- [10] Purbantina, A. P., Prameswari, D. R., Ayunique, I. M., & Firmansyah, M. G. (2022). Penerapan Digital Marketing & Mix Marketing Strategy Untuk Perluasan Pasar Dan Peningkatan Daya Saing Umkm. *JABN*, 3(1), 58–67.