

PENERAPAN *E-COMMERCE* BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM WORDPRESS PADA DOP SEPATUKU

Muhammad Triantoro^{1*}, Agnes Aryasanti²

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

Email: ^{1*}1712500444@student.budiluhur.ac.id, ²agnes.aryasanti@budiluhur.ac.id

(* : corresponding author)

Abstrak- Toko DOP Sepatuku adalah toko Sepatu yang menjual berbagai macam merk dan model kebutuhan untuk para fashioners khususnya sepatu *sneakers*. Toko ini berlokasi di Jakarta dan didirikan sejak tahun 2022. Transaksi penjualan yang dilakukan oleh toko DOP Sepatuku masih menggunakan sistem secara langsung dan pemasaran dilakukan oleh toko DOP Sepatuku menggunakan sosial media TikTok. dimana pembeli harus langsung datang ke toko untuk membeli barang. Hal ini membuat penjualan dan pemasaran produk kurang optimal karena penjualan produk hanya berada disekitar toko saja. Masalah saat ini yang dihadapi oleh DOP Sepatuku adalah kurangnya jangkauan pemasaran produk yang hanya berasal dari wilayah toko saja dan kalah bersaing dengan toko yang berjualan secara *online* yang mencakup penjualannya sampai seluruh indonesia sehingga penjualan menurun. Penjualan yang sebelumnya rata-rata per-bulan mencapai 15 juta, kini turun menjadi rata-rata 2-3 juta. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dibuatlah *website e-commerce* menggunakan *Content Management System* (CMS) Wordpress untuk membantu proses transaksi penjualan secara *online*, selain itu diterapkan *Search Engine Optimization* (SEO) agar *website* dapat berada di halaman pertama mesin pencari. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melihat langsung proses penjualan di Toko DOP Sepatuku dan wawancara kepada pemilik toko. Analisa sistem berjalan pada DOP Sepatuku dengan menggambarkan pada activity diagram, membuat *Fishbone* dalam menganalisis masalah dan membuat *Business Model Canvas* (BMC) untuk analisis model bisnis. Pemodelan *e-commerce* menggunakan *Use Case Diagram* dan pembuatan *User Interface*. Hasil dari penelitian ini berupa *website e-commerce* yang dapat meningkatkan jangkauan pemasaran produk lebih luas, memperoleh kepercayaan lebih dari pelanggan dan meningkatkan omset penjualan.

Kata Kunci : *e-commerce*, *Content Management System*, *Wordpress*, Mesin Pencari, SEO

IMPLEMENTATION OF *E-COMMERCE* BASED ON CONTENT MANAGEMENT SYSTEM ON DOP SEPATUKU

Abstract- DOP Shoe Shop is a shoe shop that sells various brands and models for fashioners, especially sneakers. This shop is located in Jakarta and was established in 2022. Sales transactions carried out by the DOP Shoesku shop still use a direct system and marketing is carried out by the DOP Shoesku shop using TikTok social media. where buyers have to come directly to the shop to buy goods. This makes product sales and marketing less than optimal because product sales only range in stores. The problem currently being faced by DOP Shoesku is the lack of product marketing reach which only comes from the shop area and is unable to compete with shops selling online which cover sales throughout Indonesia, so sales are declining. Sales, which previously averaged 15 million per month, have now fallen by an average of 2-3 million. Based on these problems, an *e-commerce* website was created using the WordPress Content Management System (CMS) to help process online sales transactions, apart from that, it also implemented Search Engine Optimization (SEO) so that the website could be on the first page of searches. machine. The data collection technique was carried out by directly observing the sales process at the DOP Shoesku Store and interviewing the shop owner. System analysis is carried out on DOP Shoesku by describing activity diagrams, creating Fishbone to analyze problems and creating a Business Model Canvas (BMC) for business model analysis. *E-commerce* modeling using Use Case Diagrams and creating User Interfaces. The results of this research are in the form of an *e-commerce* website that can increase product marketing reach more widely, gain more trust from customers and increase sales turnover.

Keywords : *e-commerce*, *Content Management System*, *WordPress*, *Search Engine*, *SEO*

1. PENDAHULUAN

Internet dipilih untuk media agar mempermudah dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Dengan kemudahan akses dan biaya yang relative murah bisa dijadikan internet sebagai media yang menjadi pilihan utama masyarakat saat ini. Keunggulan *e-commerce* yaitu mempermudah aktivitas perdagangan, memberikan perhatian khusus pada detail seperti penawaran pembelian [1]. Toko DOP Sepatuku adalah toko Sepatu yang menjual berbagai macam merk dan model kebutuhan untuk para *fashioner*. Toko ini berlokasi di Jakarta dan

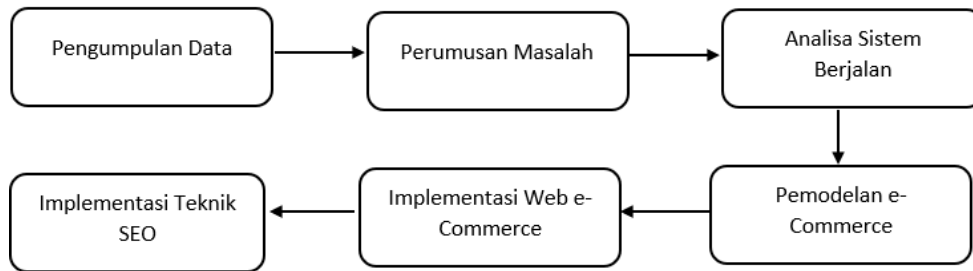
didirikan sejak tahun 2022. Transaksi penjualan dilakukan secara langsung dan pemasaran dilakukan menggunakan Sosial Media TikTok. Masalah yang dihadapi saat ini DOP Sepatuku kalah bersaing dengan toko yang menjual secara *online*, sehingga penjualan menurun. Penjualan yang sebelumnya rata-rata per-bulan mencapai 15 juta, tapi saat ini berkurang dengan rata-rata 2-3 juta perbulannya. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dibuatlah sebuah *website e-commerce* berbasis *Content Management System (CMS)* Wordpress untuk membantu proses transaksi penjualan secara *online*, sehingga bisa diakses oleh pelanggan lebih luas. Selain itu, *Search Engine Optimization (SEO)* diterapkan agar *website* dapat berada di halaman pertama mesin pencari, sehingga dapat meningkatkan jangkauan pemasaran produk lebih luas, serta mendapatkan kepercayaan yang lebih dari pelanggan dan pada akhirnya dapat meningkatkan omset dibandingkan sebelumnya.

Penulis melakukan penelitian studi literatur dengan melihat penelitian sebelumnya sebagai referensi. Pada penelitian selanjutnya [2] Penelitian ini dilakukan untuk membantu pihak manajemen mengatasi masalah dalam merancang sistem *e-commerce*. Penulis menggunakan sistem pengelolaan konten CMS menggunakan metode pengembangan sistem waterfall dan aplikasi Search Engine Optimization (SEO) Yoast SEO. Akhir dari penelitian ini adalah aplikasi website e-commerce yang bermanfaat bagi Guna Motor dan pelanggan; aplikasi ini memiliki kemampuan untuk bertahan dan bersaing dengan penyedia jasa yang sebanding serta membantu menyelesaikan masalah yang sering terjadi. Pada penelitian selanjutnya [3] Hasil penelitian ini, yang dilakukan menggunakan metode SDLC dengan model waterfall, diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk yang dijual di toko atau kios dibandingkan dengan penjualan online atau e-commerce. Pada penelitian selanjutnya [4] menjelaskan bagaimana peneliti menggunakan pendekatan Business Model Canvas untuk mengevaluasi model bisnis perusahaan, menggunakan pendekatan Fishbone Diagram untuk mengidentifikasi masalah. Pada penelitian selanjutnya [5] Metodologi pengembangan model waterfall digunakan untuk membangun sistem e-commerce berbasis web. Bahasa pemrograman yang digunakan adalah PHP dan database yang digunakan adalah MySQL. Penelitian ini menghasilkan sistem e-commerce yang memiliki banyak fitur, seperti mengelola data pengguna dan administrator, data kategori produk, data barang. Pada penelitian [6] Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari alasan mengapa orang ingin menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce Shopee dengan Technology Acceptance Model (TAM). Untuk mencapai tujuan ini, kuesioner diberikan kepada pengguna Shopee di Semarang. Pada penelitian selanjutnya [7] Dengan menjelaskan ini, bagian administrasi toko dan bagian gudang dapat bekerja dengan cepat dan tepat, data dapat diupdate dengan mudah, dan diharapkan aplikasi ini akan mempermudah kegiatan atau aktivitas Peterman untuk mendapatkan ketetapan informasi dengan cepat. Pada penelitian selanjutnya [8] Dengan adanya *e-commerce*, tujuan penelitian ini adalah untuk membuat pelanggan lebih mudah mengakses informasi produk yang dijual secara *online* kapan saja dan di mana saja, sehingga dapat meningkatkan penjualan, memperluas ruang lingkup penjualan, dan meningkatkan pemasaran *online*. Pada penelitian selanjutnya [9] menjelaskan Untuk mempromosikan dan memasarkan produk ke masyarakat, media tidak melakukannya dengan baik. WordPress dibuat untuk mempermudah mengatasi masalah dan membantu proses penjualan. Pada penelitian selanjutnya [10] menjelaskan Jika jumlah pengunjung *website* rendah, situs web tidak akan dapat melakukan promosi dengan baik. Jadi, SEO harus diterapkan pada *website* penjualan. Salah satu metode promosi yang menggunakan pengoptimalan mesin pencari untuk membuat *website* yang telah kita buat berada di peringkat teratas atau halaman pertama mesin pencari adalah SEO. Pada penelitian selanjutnya [11] memberikan penjelasan tentang pengembangan sistem yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan model waterfall, hasil dari penelitian ini adalah pembuatan aplikasi e-commerce yang berbasis web untuk menyebarkan informasi produk lebih luas ke Toko Sepatu Ranch_19 di Jakarta.

Kesamaan dari penelitian sebelumnya dan yang dilakukan sekarang adalah pembuatan website *e-commerce* dan penggunaan SEO untuk memperluas jangkauan pemasaran. Perbedaannya, pada penelitian ini menggunakan CMS Wordpress dengan menerapkan plugin woocommerce, Elementor, Yoast Seo, dan Variation for Woo-Commerce untuk mengoptimalkan website e-commerce .

2. METODE PENELITIAN

2.1 Langkah Penelitian



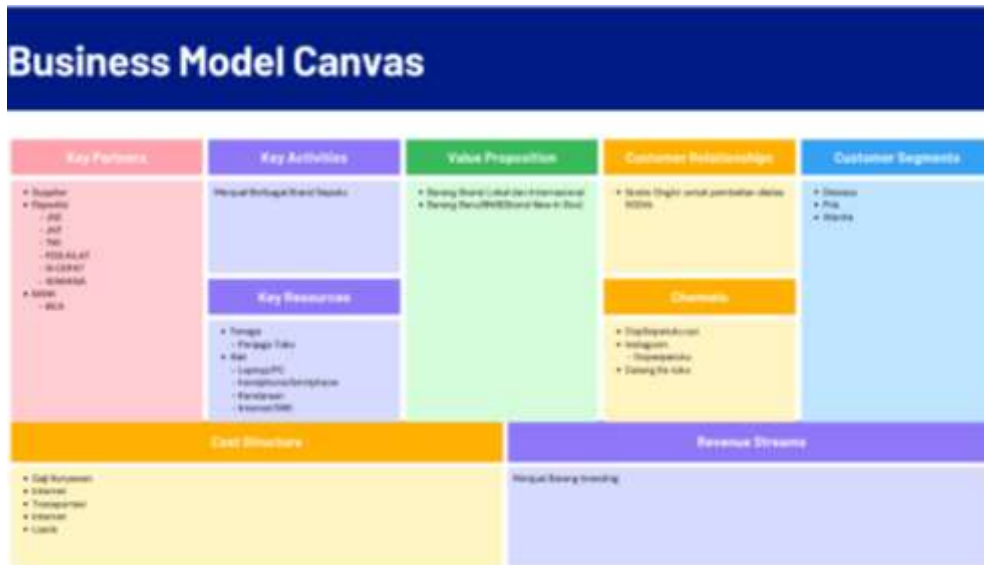
Gambar 1. Langkah-langkah penelitian

Berikut Langkah-langkah penelitian yang ditunjukkan oleh Gambar 1: langkah pertama yaitu pengumpulan data, dilakukan dengan melihat langsung proses penjualan di Toko DOP Sepatuku dan wawancara kepada pemilik toko untuk dapat mengetahui masalah yang dihadapi, proses bisnis yang berjalan dan beberapa data yang diperlukan dalam penelitian. Selanjutnya dilakukan perumusan masalah untuk mengetahui masalah apa yang akan diselesaikan dalam penelitian. Kemudian langkah selanjutnya analisa sistem berjalan yaitu metode penguraian sistem yang menjadi beberapa komponen dengan tujuan untuk mempelajari bagaimana membentuk masing-masing komponen sistem tersebut [12] Pada tahap ini dilakukan analisa sistem berjalan pada DOP Sepatuku dengan menggambarkan pada *activity diagram*, membuat *fishbone* dalam menganalisis masalah dan membuat *Business Model Canvas* (BMC). Berikutnya membuat pemodelan *e-commerce* menggunakan *use case diagram* dan membuat *user interface*. Kemudian implementasi web *e-commerce* diawali dengan membeli *hosting* dan *domain* yang akan digunakan sesuai kebutuhan dari web *e-commerce* DOP sepatuku. Setelah mencari penyedia web *hosting* yang murah dan efisien, keamanan menjadi faktor yang penting untuk memilih *hosting* yang tepat. *Hosting* adalah tempat di mana data yang diperlukan untuk membuat sebuah *website* dapat diakses melalui internet [13]. Layanan *hosting* Rumahweb menjadi pilihan untuk digunakan. Kemudian domain yang digunakan adalah *.xyz*. dimana domain ini masih sangat terjangkau dan sesuai budget. Setelah menentukan *hosting* dan domain, langkah berikutnya men-*download CMS Wordpress* CMS ialah sebuah sistem yang memudahkan pengguna mengubah konten *web* [14]. untuk mempermudah pengelolaan *website* DOP sepatuku. *Plugin wo-commerce* serta plugin lain yang dibutuhkan seperti *Elementor* untuk men-*design* rancangan *front-end*, *Ongkir.id* untuk menghitung ongkos kirim dari berbagai ekspedisi di indonesia, *Yoast seo* untuk membantu *website* meraih peringkat tertinggi di pencarian, *Variation for Woo-Commerce* yang digunakan supaya pelanggan dapat memilih varian sepatu sebelum membeli, seperti ukuran, warna, merk sepatu misalnya seperti Vans, Nike, Adidas, New Balance. Langkah terakhir yaitu implementasi teknik SEO, menentukan serta membuat kata kunci tersendiri dan spesifik untuk toko DOP , proses ini membutuhkan waktu beberapa hari supaya *SEO* atau kata kunci terdaftar dalam mesin pencarian *google* saat kata kunci sudah terdaftar, kata kunci sudah muncul dalam mesin pencarian *google*, ini menggunakan teknik SEO.

1. 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 *Bussiness Model Canva* (BMC)

Business Model Canvas adalah kerangka kerja, atau *frame work*, yang dapat kita gunakan untuk mengatur bagaimana bisnis kita bekerja dengan lebih baik. Dalam hal ini, elemen yang paling penting akan dipertimbangkan [15].



Gambar 2. Bussiness Model Canva (BMC)

Gambar 2 merupakan *Business Model Canvas* pada DOP Sepatuku, terdapat 9 bagian yaitu: *Key Partnerships*: bisnis Sepatu pada toko DOP Sepatuku adalah Toko yang menjual berbagai *Brand* Sepatu lokal dan Internasional tersebut, Ekspedisi berupa JNE, JNT, Tiki, Pos Kilat, Si Cepat, dan Wahana untuk mengirim barang ke alamat pelanggan. Dan Toko DOP Sepatuku menggunakan sistem pembayaran Bank BCA dan COD (*Cash On Delivery*). *Key Activities*: menjual berbagai macam merk Sepatu. *Key Resources*: tenaga kerja, dan alat yang dibutuhkannya laptop, handphone, motor, Wifi. *Value Proposition*: barang yang memiliki merk lokal dan Internasional. *Customer Relationship*: memberikan gratis ongkos kirim dengan minimal berbelanja 500 ribu. *Channels*: sosial media berupa *market place*, *e-commerce* dan menjual produk langsung pada toko. *Customer Segments*: atau segmen pelanggan yang ditargetkan oleh Toko DOP Sepatuku adalah anak-anak remaja yang lagi sedang-sedangannya ingin beli sepatu. *Cost Structure*: gaji Karyawan, Listrik, Internet, Transportasi, Wifi, Pengemasan barang. *Revenue Streams*: hasil penjualan produk Sepatu.

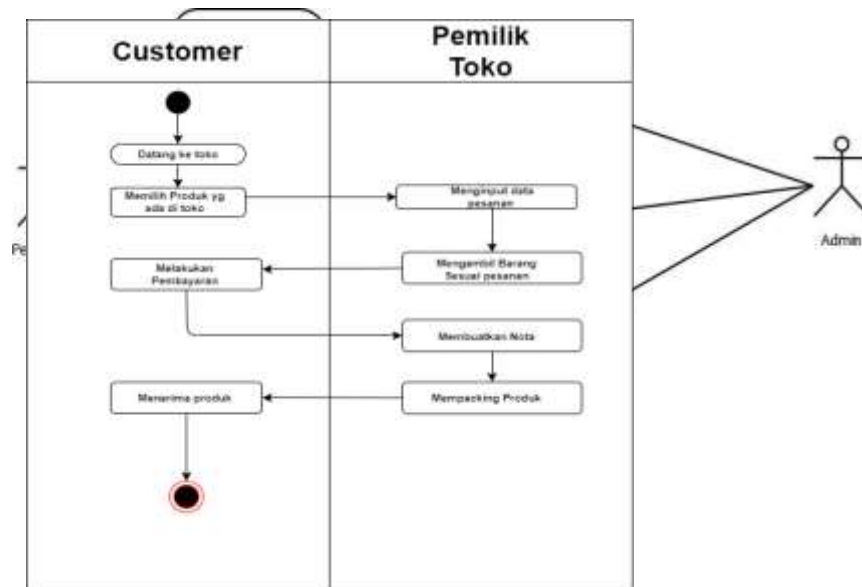
3.2 Analisa Proses bisnis dan Analisa berjalan

Pada Gambar 3 *customer* datang ke toko, lalu *customer* memilih produk yang tersedia di toko, setelah itu pemilik toko menginput data pesanan, lalu pemilik toko mengambil barang sesuai pesanan, lalu *customer* akan melakukan pembayaran setelah *customer* melakukan pembayaran pemilik toko membuat nota. Setelah membuat nota pemilik toko mengemas produk dan *customer* menerima produk.

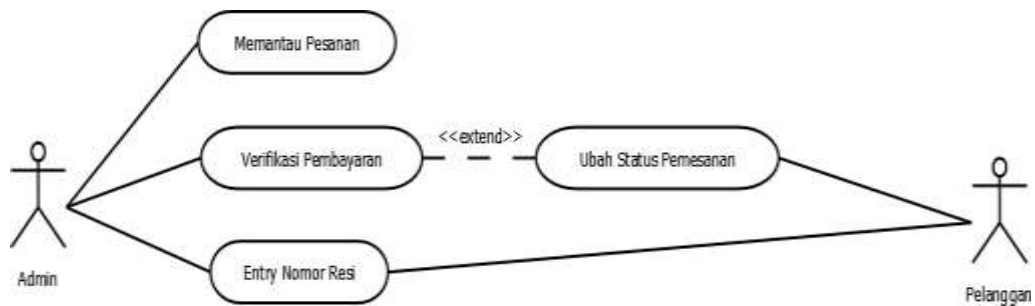
Gambar 3 Activity Diagram Berjalan pada Toko DOP

3.3 Use Case Diagram

Pemesanan, konfirmasi pembayaran, retur, dan pengembalian barang adalah *use case diagram* transaksi pelanggan yang ada di Gambar 4. Setelah pelanggan memverifikasi pembayaran untuk pemesanan, status akan diganti di *website*.

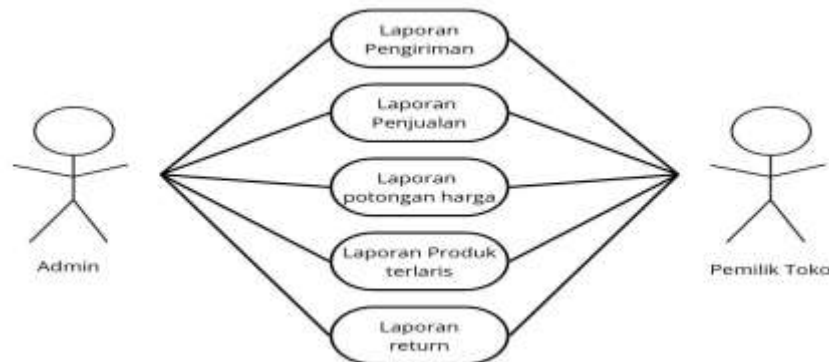


Gambar 4. Use Case Transaksi pelanggan



Gambar 5. Use Case Transaksi Admin

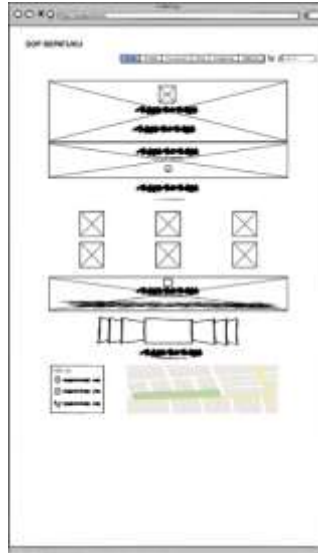
Gambar 5 menunjukkan diagram fungsi transaksi admin, yang mencakup pengawasan pesanan dan verifikasi pembayaran. Mengisi resi dan mengubah status pembayaran. *Website* menjalankan *use case* diagram transaksi. Setelah memantau pesanan, memverifikasi pembayaran, dan memasukkan resi, manajer akan melakukannya. Gambar 6 menunjukkan *use case diagram* laporan yang mencakup laporan pengiriman, laporan penjualan, laporan potongan harga, laporan produk terlaris, dan laporan *return*. Admin akan mengunduh setiap laporan melalui *back-end website*.



Gambar 6. Use Case Admin Laporan

3.4 Rancangan Layar

Gambar 7. Menampilkan Rancangan Layar pada beranda memungkinkan pengguna melihat gambaran tentang setiap halaman web. Rancangan Layar memiliki gambar sampul, logo toko DOP Sepatuku, dan produk di halaman web.



Gambar 7. Rancangan Layar Produk

Gambar 8. Menampilkan rancangan layar produk untuk memberi pengunjung informasi tentang produk dan kategorinya di halaman semua produk. Menampilkan informasi produk melalui rancangan layar pada keranjang belanja. Memilih produk dan simpan di keranjang belanja; kemudian, dapat melihat total yang akan di bayar. Gambar 9 menunjukkan Rancangan layar *checkout*.



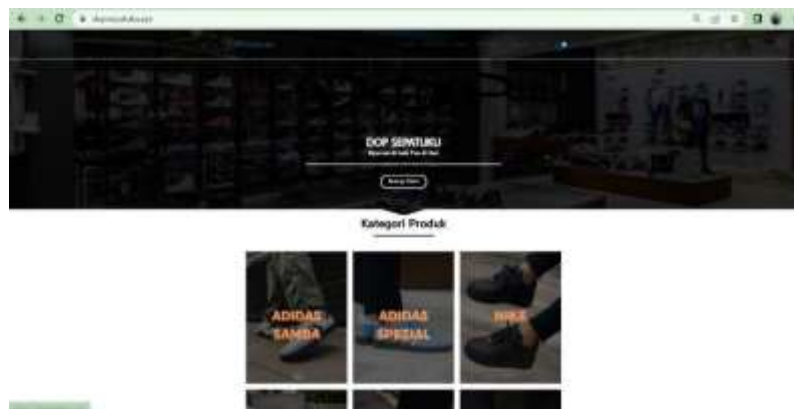
Gambar 8. Rancangan Layar Keranjang Belanja



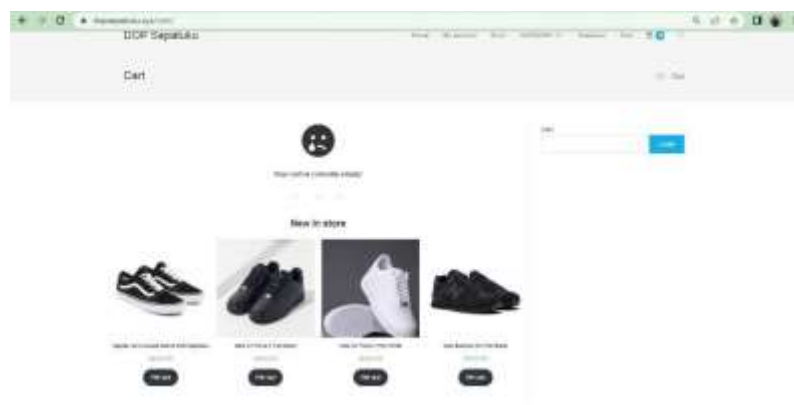
Gambar 9. Rancangan Layar Checkout

3.5 Implementasi Web E-commerce

Tampilan Halaman-halaman yang ada di Website toko DOP Sepatuku ditunjukkan oleh Gambar 10 dan 11.



Gambar 10. Tampilan Beranda



Gambar 11. Tampilan Keranjang

3.6 Strategi SEO

Strategi *SEO* yang digunakan untuk memaksimalkan penjualan pada *website e-commerce* DOP Sepatuku adalah sebagai berikut: membuat kata kunci dan nama produk, deskripsi produk yang ditunjukkan Gambar 12. Membuat nama gambar produk sesuai dengan judul nama produk, hal ini dapat membuat gambar produk akan tampil pada *Google Image* dengan kata kunci yang dicari oleh pelanggan dapat dilihat pada Gambar 13, kemudian *Meta Description* dan *Focus Keyphrase* Mesin Pencarian *Google*. Hasil pencarian *google* pada tanggal 29 Januari 2024 dengan kata kunci sepatu kasual vans murah, DOP Sepatuku berada pada halaman pencarian *google* ke 3 ditunjukkan oleh Gambar 14.



Gambar 12 Deskripsi Produk



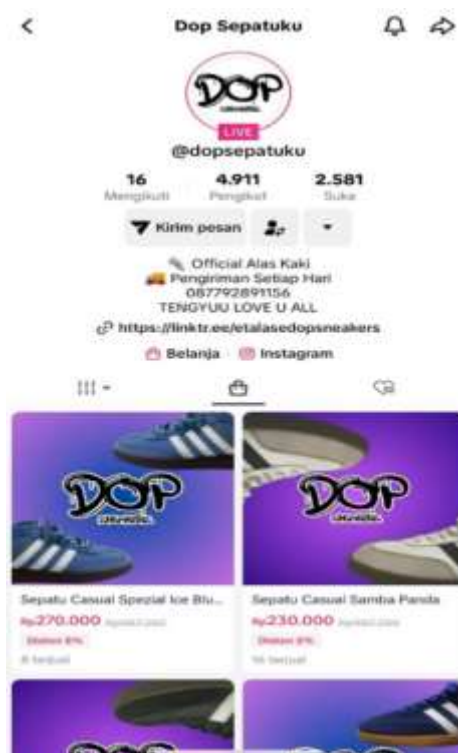
Gambar 13. Gambar Produk



Gambar 14. Hasil Pencarian di Google

3.7 Strategi Marketing

Strategi marketing pada DOP Sepatuku menggunakan menggunakan media sosial untuk mempromosikan website Toko DOP Sepatuku yaitu *TikTok*. Cara yang digunakan adalah dengan memposting produk-produk yang dijual. Menggunakan *real-picture* atau gambar asli untuk meyakinkan pelanggan bahwa produk yang dijual sesuai dengan gambar. Serta menggunakan hashtag yang berkaitan dengan produk yang dijual, agar bersaing dengan produk-produk lain yang memakai hashtag yang sama. Gambar 15 menunjukkan akun *TikTok* DOP Sepatuku, Menggunakan aplikasi sosial media berupa *TikTok*.



Gambar 15. Akun DOP Sepatuku di TikTok

2. 4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka bisa disimpulkan bahwa website *e-commerce* dapat membantu Toko DOP Sepatuku dalam transaksi, dan meningkatkan omset penjualan, serta membantu pelanggan mengetahui detail informasi produk sepatu sehingga mempermudah dalam proses pemesanan. Penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) berada pada halaman pencarian google ketiga, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan dapat menjangkau pemasaran lebih luas.

3. DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Asari *et al.*, *Konsep E-Commerce*. Mafy Media Literasi Indonesia, 2023. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=C7niEAAAQBAJ>
- [2] F. A. Irfannudin and A. U. Hamdani, "Implementasi Sistem E-Commerce Pada Guna Motor Berbasis Content Management System (Cms) Wordpress," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 1, pp. 42–48, 2020.
- [3] B. Huda and B. Priyatna, "Penggunaan Aplikasi Content Manajement System (CMS) Untuk," *Systematics*, vol. 1, no. 2, pp. 81–88, 2019.
- [4] D. Riandika and A. U. Hamdani, "Implementasi E-Commerce Dengan Teknik SEO dan Strategi Pemasaran 4P Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Aksesoris Motor Pada XYZ Motoshop," *J. Media Inform. Budidarma*, vol. 4, no. 3, p. 785, 2020
- [5] P. Gede, S. Cipta Nugraha, I. Putu, Y. Indrawan, I. Kadek, and A. Asmarajaya, "Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Berbasis Website (Studi Kasus Toko Komputer Di Denpasar)," *Inser. Inf. Syst. Emerg. Technol. J.*, vol. 3, no. 1, p. 53, 2022.
- [6] A. D. P. Budiastruti and D. Muid, "Analisis faktor-faktor pengaruh minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce pada aplikasi shopee dengan menggunakan Technology" *Diponegoro J. Account.*, vol. 9, pp. 1–10, 2020,
- [7] F. Anastasya, I. Agus, and B. M. W. Hutajulu, "Toko Nodent Store Berbasis Java Netbeans Di Buaran Jakarta Timur," *J. Sist. Informasi, Teknol. Inf. dan Komput.*, vol. 11, no. 2, pp. 50–55, 2021.
- [8] A. Maddinsyah, D. Hidayat, J. Juhaeri, D. Susanto, and D. Sunarsi, "Desain Formulasi Dan Implementasi Bisnis Strategik Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Bmc) Terintegrasi Kerangka Integrated Performance Management System (Ipms) Pada Koperasi Asperindo," *Inovasi*, vol. 7, no. 2, p. 67, 2020.
- [9] F. Ramadhan and L. Fajarita, "Implementasi Rancangan E-Commerce pada Surya Timur Collection dengan Metode BMC berbasis CMS," *J. IDEALIS*, vol. 3, pp. 251–259, 2020.
- [10] P. Septiani and H. Kumiawan, "Analisa Penggunaan Keyword Untuk Implementasi Search Engine Optimization (SEO)," *Respati*, vol. 15, no. 3, p. 83, 2020.
- [11] M. Alwiyah and G. Gata, "E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Sepatu Sneakers Bintaro," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 2, no. 6, pp. 345–350, 2019.
- [12] S. K. M. K. Dedy Rahman Prehanto, S. T. M. K. I Kadek Dwi Nuryana, and S. M. Pustaka, *Buku Ajar Konsep Sistem Informasi*. SCOPINDO MEDIA PUSTAKA, 2020.
- [13] S. K. M. K. Fanny Ramadhani, *Teknologi Open Source*. in 1. umsu press, 2021. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=1rVKEAAAQBAJ>
- [14] S. Rahman, *Jago Membuat Website dan SEO*. Elex Media Komputindo, 2020. [Online]. Available: https://books.google.co.id/books?id=IV_aDwAAQBAJ
- [15] robert mir, *Iterative Business Model Canvas Development*. 2020.