

IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN PASAR PADA *MY LOVE DINC* BERBASIS *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM*

Sarah Fadhilah¹, Bima Cahya Putra²

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

Email: ¹2012500894@student.budiluhur.ac.id, ²bimo.cahyoputro@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak- *My love dinc* merupakan sebuah bisnis di bidang pakaian, pakaian yang dijual merupakan barang *second* atau bisa disebut dengan *thrift*, terdapat beberapa masalah yang di hadapi saat ini oleh *My love dinc* dalam mengelola bisnisnya yaitu hanya mengandalkan pemasaran produk melalui media sosial di *Instagram* dan adanya keterbatasan fungsionalitas seperti proses pembayaran, pengiriman produk dan kurangnya informasi terkait ketersediaan produk, sehingga kurang efektif untuk menjangkau pelanggan yang ada diluar wilayah lokal. Dalam mengatasi masalah ini, penelitian berfokus pada pengembangan *website e-commerce*, dengan menggunakan metode *fishbone diagram* untuk mengidentifikasi akar dari masalah-masalah yang ada pada toko *My love dinc* dan menerapkan strategi *Search Engine Optimization (SEO)* dalam pengembangan *website e-commerce* berbasis CMS, penelitian ini bertujuan untuk membantu *My love dinc* untuk memperluas jangkauan pasar. Hasil dari penelitian ini menghasilkan website yang dapat mempermudah penjualan produk pada *My love dinc* dan dapat memanfaatkan fitur-fitur *e-commerce* yang ada pada website dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas serta mempermudah pelanggan dalam melakukan pembelian secara *online*.

Kata Kunci: *e-commerce, website, search engine optimization, cms*

IMPLEMENTATION OF *E-COMMERCE* TO EXPAND MARKET REACH AT *MY LOVE DINC* BASED ON *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM*

Abstract- *My love dinc* is a clothing business, the clothes sold are second-hand goods or can be called *thrift*, there are several problems currently faced by *My love dinc* in managing its business, namely only relying on product marketing through social media on *Instagram* and limited functionality such as payment processes, product delivery and lack of information related to product availability, making it less effective in reaching customers outside the local area. In overcoming this problem, the study focuses on developing an *e-commerce website*, using the *fishbone diagram* method to identify the root of the problems in the *My love dinc* store and implementing *Search Engine Optimization (SEO)* strategies in developing CMS-based *e-commerce websites*, this study aims to help *My love dinc* to expand its market reach. The results of this study produce a website that can facilitate the sale of products at *My love dinc* and can utilize the *e-commerce* features on the website to reach a wider customer base and make it easier for customers to make purchases online.

Keywords: *e-commerce, website, search engine optimization, cms*

1. PENDAHULUAN

Dalam bidang teknologi, *e-commerce* atau *electronic commerce* secara umum dapat diartikan sebagai suatu proses pertukaran perdagangan yang dibantu secara elektronik melalui penyebaran, transaksi, pembelian dan promosi dengan menggunakan media internet [1]. *My love dinc* merupakan sebuah bisnis di bidang pakaian, pakaian yang dijual merupakan barang *second* atau bisa disebut dengan *thrift*.

Cara untuk mempermudah memasarkan suatu produk atau jasa yang dapat diakses dari mana saja dan kapan saja yaitu dengan sistem penjualan yang berbasis pada situs web [2]. *My love dinc* sudah melakukan penjualan dari tahun 2021 yang berlokasi di Kota Tangerang. Masalah yang dihadapi saat ini oleh *My love dinc* dalam mengelola bisnisnya yaitu hanya mengandalkan pemasaran produk melalui media sosial di *Instagram* dan adanya keterbatasan fungsionalitas seperti pemrosesan pembayaran, pengiriman produk dan kurangnya informasi terkait ketersediaan produk, dibandingkan dengan memiliki situs web sendiri. Sehingga kurang efektif untuk menjangkau pelanggan yang ada diluar wilayah lokal.

Berdasarkan masalah yang dihadapi serta meningkatkan penjualan *My love dinc*, perlu memperluas ke *platform* lain seperti memiliki *website e-commerce*. Membangun *website e-commerce* dapat memiliki fitur-fitur

penting seperti pencarian produk, keranjang belanja, informasi stok produk yang dapat membantu *My love dinc* meningkatkan penjualan di pasaran.

Selain itu, dapat mempromosikan produk dengan cara mengoptimalkan *SEO (Search Engine Optimization)*. Penerapan *e-commerce* merupakan strategi yang penting pada *My love dinc* kerana dapat memiliki kesempatan untuk menjangkau pelanggan diluar wilayah lokal. Strategi optimasi web diterapkan ke situs bisnis internet yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung ke toko daring [3].

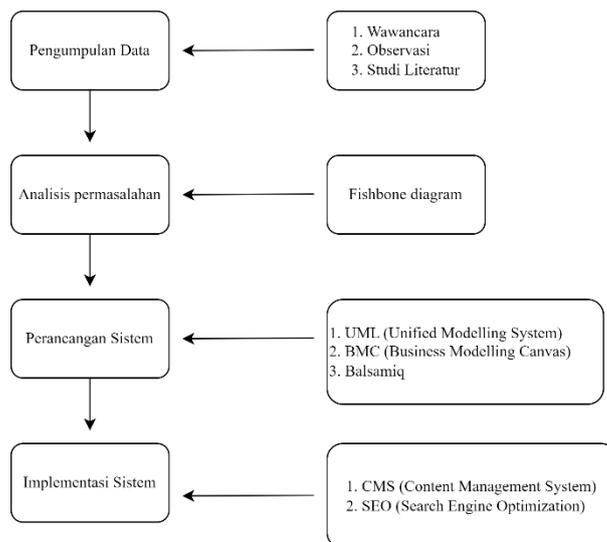
Alat yang disebut *Content Management System (CMS)* memudahkan pembuatan dan pengelolaan situs web. Fungsi utama CMS adalah mengelola, memperbarui, dan menerbitkan konten web tertentu. *Wordpress* adalah *Content Management System (CMS)* yang paling banyak digunakan [4]. Untuk meningkatkan penjualan, maka penelitian ini mengembangkan sebuah situs web berbasis CMS *Wordpress* [5].

Penggunaan CMS dapat digunakan dengan mudah dan cepat untuk mengelola konten situs web *e-commerce* pada *My love dinc*. Penerapan *e-commerce* dan penggunaan CMS pada *My love dinc* dapat memberikan keunggulan kompetitif yang diperlukan untuk berkembang dalam pasar yang semakin digital dan dapat memperluas jangkauan pasar secara signifikan.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Pada Gambar 1 merupakan tahapan penelitian yang telah dibuat:



Gambar 1. Tahapan Penelitian

a. Metode Pengumpulan Data

Cara data dikumpulkan atau digunakan dalam penelitian terkait dengan masalah yang sudah ada, dan solusi untuk masalah tersebut akan dicari. Dalam melakukan penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data [6]. Berikut merupakan metode yang digunakan dalam menyelesaikan penelitian ini:

1) Wawancara

Metode wawancara ini dilakukan dengan melakukan tanya jawab dengan pemilik toko *My love dinc* dengan tujuan memperoleh informasi yang dibutuhkan. Hal ini dapat membantu penelitian tentang proses bisnis serta masalah yang sering dihadapi oleh pemilik toko.

2) Observasi

Metode observasi ini, penulis secara langsung mengamati objek yang diteliti. Melalui pengamatan ini, mengumpulkan data yang relevan untuk menjawab permasalahan yang dihadapi oleh toko *My love dinc*.

3) Studi Literatur

Metode studi literatur adalah cara untuk mengumpulkan data-data dengan membaca dan mempelajari buku, jurnal dan referensi lain yang terkait dengan topik penelitian.

b. Analisis Permasalahan

Pada tahap ini, menggunakan metode *fishbone diagram* untuk mengidentifikasi akar dari masalah-masalah yang ada pada toko *My love dinc*.

c. Perancangan Sistem

Pada tahap perancangan sistem ini dibuat berdasarkan hasil analisa sistem yang ada, sehingga menghasilkan model sistem yang baru. Berikut merupakan perancangan sistem ini:

1) *Unified Modelling Language* (UML)

Dalam perancangan ini, menggunakan *tools* UML (*Unified Modelling Language*) yang terdiri dari *use case diagram* dan *activity diagram* untuk mengembangkan model sistem yang baru.

2) *Business Model Canvas* (BMC)

Metode BMC (*Business Model Canvas*) sebagai alat untuk membantu *My love dinc* dalam memahami model bisnis yang sedang dijalankan.

3) *Balsamiq*

Pada tahap ini, rancangan layar sistem akan disusun berdasarkan *use case diagram* menggunakan aplikasi *balsamiq*. *Balsamiq* adalah perangkat *wireframing* yang digunakan untuk merencanakan UI dengan cepat [7].

d. Implementasi Sistem

Berikut merupakan Tahapan implementasi dalam merancang *website e-commerce*:

1) *Content Management System* (CMS)

Dalam pembuatan *website e-commerce*, penulis menggunakan *Content Management System* (CMS) WordPress dengan menggunakan *plugin WooCommerce*, pemilik *website* dapat mengelola serta menambahkan fitur-fitur untuk mengembangkan *website*.

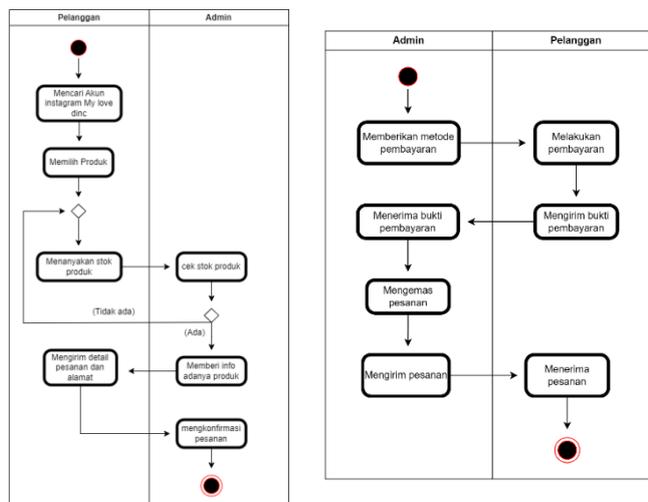
2) *Search Engine Optimization* (SEO)

Dalam pembuatan web *e-commerce* ini, menggunakan teknik SEO untuk meningkatkan peringkat di mesin pencari. *Website* yang telah dioptimalkan akan muncul di halaman pertama dengan mencari kata kunci yang relevan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Proses Sistem Beralan

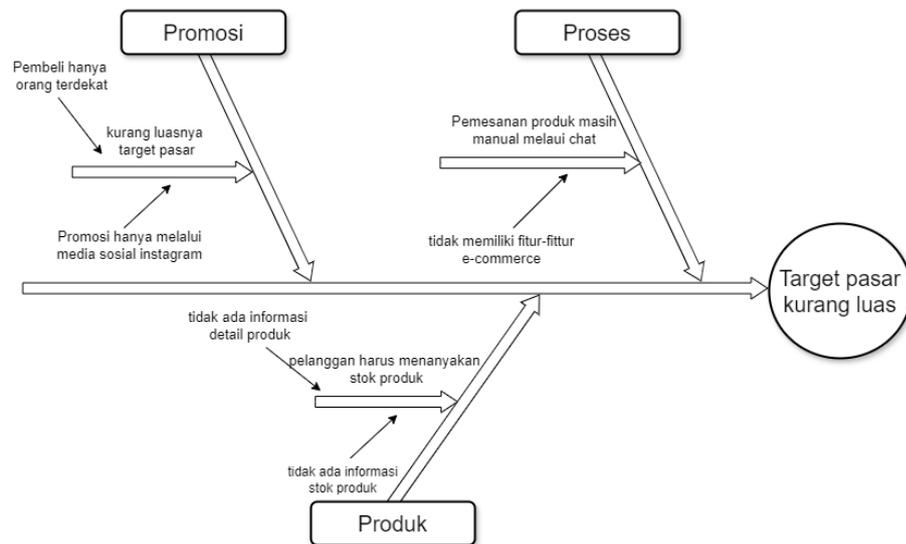
Pada Gambar 2 merupakan *Activity diagram* pemesanan produk dan *Activity diagram* pembayaran produk. *Activity diagram* pemesanan produk merupakan proses saat pelanggan menggunakan aplikasi instagram dan mencari akun *My love dinc* untuk memilih produk yang diinginkan, *Activity diagram* pembayaran produk merupakan proses saat admin memberikan metode pembayaran kepada pelanggan, kemudian pelanggan melakukan pembayaran dan mengirim bukti pembayaran kepada admin.



Gambar 2. Activity Diagram Sistem Berjalan

3.2 Analisis Masalah

Fishbone diagram digunakan untuk menganalisis masalah secara keseluruhan dan mencari akar permasalahannya. Hal ini memungkinkan identifikasi masalah-masalah kecil yang berkontribusi terhadap masalah yang lebih besar [8]. Berikut merupakan hasil analisis menggunakan *fishbone diagram* pada Gambar 3.



Gambar 3. *Fishbone Diagram*

Tabel 1 merupakan definisi dari permasalahan yang ada pada toko My Love Dinc:

Tabel 1. Deskripsi *Fishbone Diagram*

Kategori Masalah	Masalah	Penyebab	Kebutuhan Sistem
Promosi	Kurang luasnya target pasar	-Promosi hanya melalui media sosial instagram. -Pembeli hanya orang terdekat	<i>Website e-commerce</i> untuk memperluas target pasar
Proses	Pemesanan produk masih manual melalui chat	Tidak memiliki fitur-fitur <i>e-commerce</i> .	Fitur pemesanan untuk mempermudah pelanggan
Produk	Pelanggan menanyakan produk	-Tidak ada informasi stok produk - Tidak ada informasi detail produk	Dibuatkan sistem untuk menampilkan stok produk

3.3 Business Model Canvas (BMC)

Dalam BMC terdapat 9 komponen penting untuk menjamin apakah kerangka kerja dan latihan dalam organisasi sesuai dengan aturan [9]. Pada gambar 4 terdapat 9 elemen dalam *Business Model Canvas* pada toko My Love Dinc:



Gambar 4. BMC

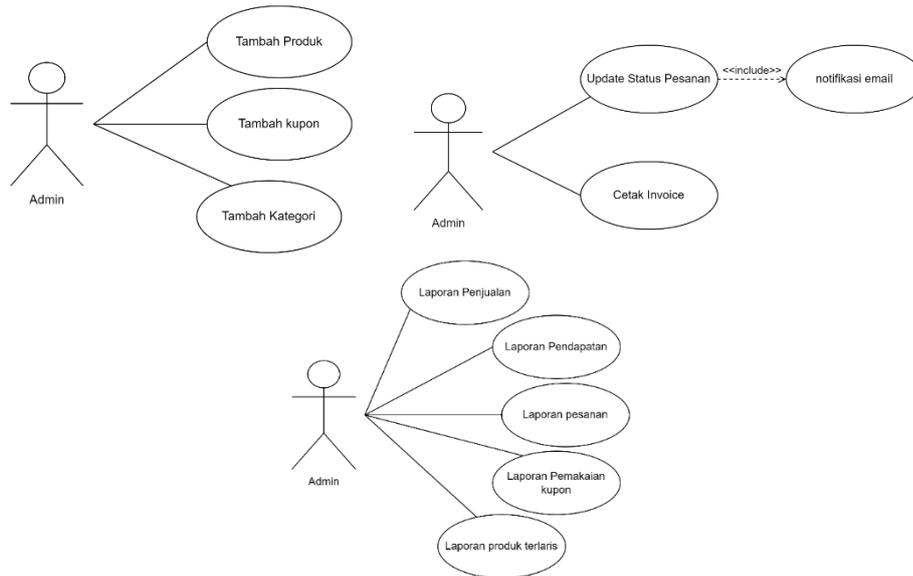
Pada gambar 4 menjelaskan *Business Model Canvas* pada Toko My Love Dinc, *Value Propositions* seperti menjual baju bekas dengan gaya yang mengikuti tren, kualitas bahan yang bagus dan baju bekas seperti baru. *Customer Segment My love dinc* yaitu wanita remaja berusia 17 tahun keatas, wanita yang menyukai *fashion* dan wanita penggemar barang *thrift*. *Customer Relationship* yang diterapkan pada *My love dinc* yaitu mendapatkan stiker gratis. *Channel* atau cara *My Love Dinc* melakukan promosi produk yaitu menggunakan *instagram* dan *website*. *Key Activities* atau kegiatan yang dilakukan pada *My Love Dinc* yaitu penjualan produk dan pemasaran produk. *Key Resources* atau sumber daya pada *My Love Dinc* yaitu *website*, *instagram* dan stok produk. *Key Partners* atau menjalin kerja sama dalam menjalankan bisnis dengan penyedia layanan *domain* dan *hosting*, jasa ekspedisi, sosial media. *Cost Structure* atau biaya yang dikeluarkan pada *My Love Dinc* biaya Internet, biaya *hosting* dan *domain*, biaya pembelian stok produk, biaya pengemasan produk dan biaya ekspedisi. *Revenue Stream* atau pendapatan yang dimiliki pada *My Love Dinc* yaitu dari penjualan produk.

3.4 Use Case Diagram

Use Case Diagram merupakan alat untuk menggambarkan kebutuhan suatu *framework*, khususnya *framework* apa yang sebaiknya digunakan. Bagian-bagian *Use case* meliputi *Entertainer*, *Use case*, dan *subject* (sistem). *Use Case* merupakan alat untuk menggambarkan kebutuhan suatu *framework*, yaitu *framework* apa yang sebaiknya digunakan. Aktor, *use case*, dan subjek (sistem) merupakan komponen dari sebuah *use case* [10].

a. Use Case Diagram Admin

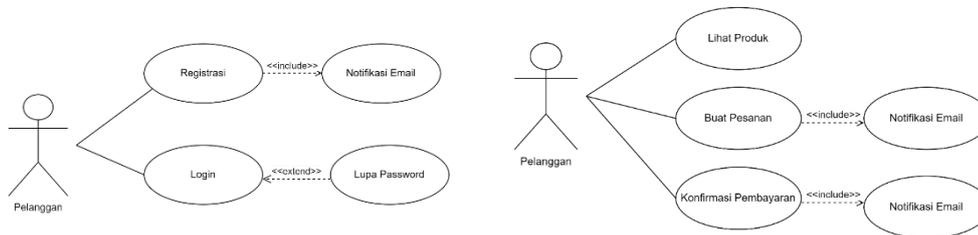
Pada gambar 5 merupakan *Use Case Diagram* master admin, *Use Case Diagram* transaksi admin dan *Use Case Diagram* cetak laporan admin.



Gambar 5. Use Case Diagram Admin

b. Use Case Diagram pelanggan

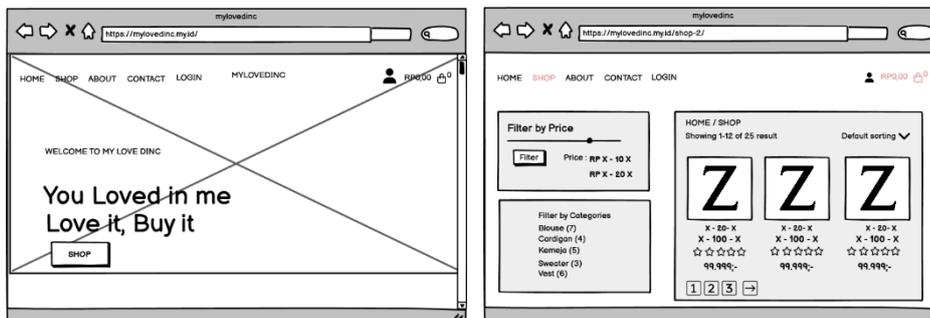
Pada gambar 6 merupakan Use Case Diagram master pelanggan dan Use Case Diagram transaksi pelanggan.



Gambar 6. Use Case Diagram Pelanggan

3.5 Rancangan Layar

Rancangan layar yang terlihat pada gambar 7 merupakan sebuah tampilan halaman depan sebuah website My Love Dinc yang berfungsi mengarahkan pelanggan kembali ke halaman utama website dan rancangan halaman “shop” yang mengarahkan pelanggan melihat daftar produk serta memungkinkan pelanggan untuk menyaring produk berdasarkan kategori atau harga.

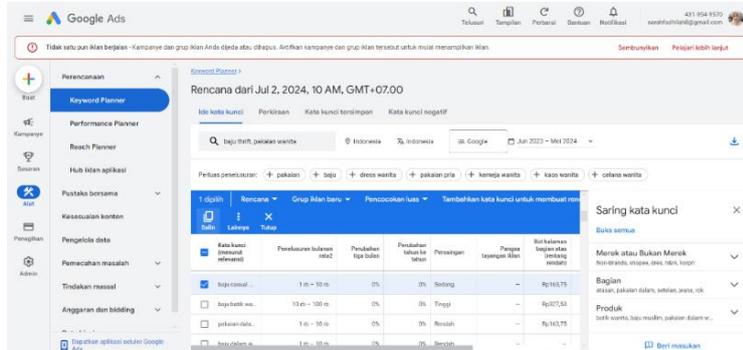


Gambar 7. Rancangan layar website

3.6 Strategi SEO (Search Engine Optimization)

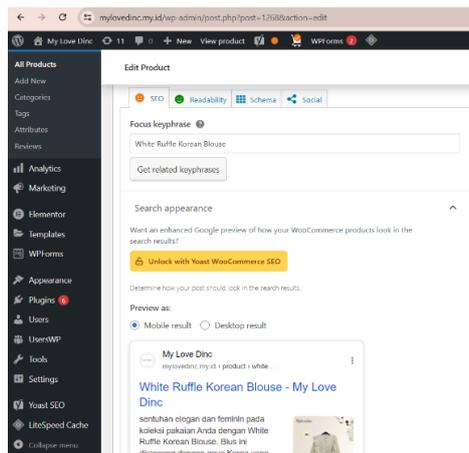
Strategi yang digunakan untuk toko *My love dinc* dapat dilakukan menjadi beberapa langkah penting untuk meningkatkan visibilitas di mesin pencari seperti:

- a. Menggunakan *tools* seperti *Google Keyword Planner* seperti pada Gambar 8.



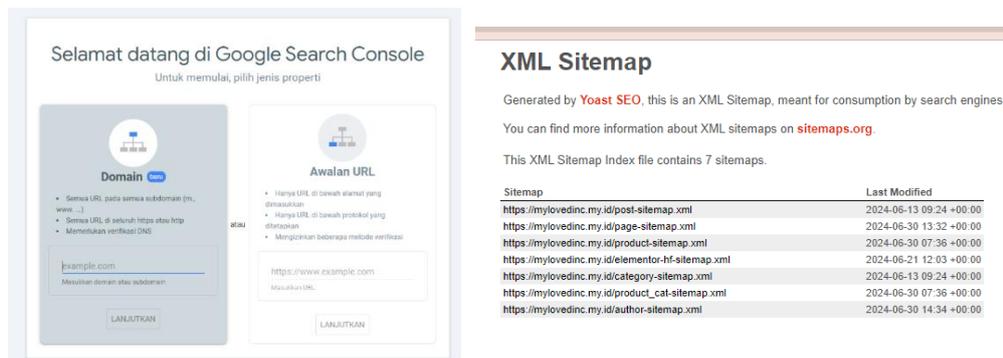
Gambar 8. Google Keyword Planner

- b. Optimasi Halaman Produk, setiap halaman produk dioptimalkan dan memiliki judul yang mengandung kata kunci yang relevan. Nama file gambar produk yang digunakan diganti dengan kata kunci *White Ruffle Korean Blouse* seperti pada Gambar 9.



Gambar 9. Optimasi Halaman Produk

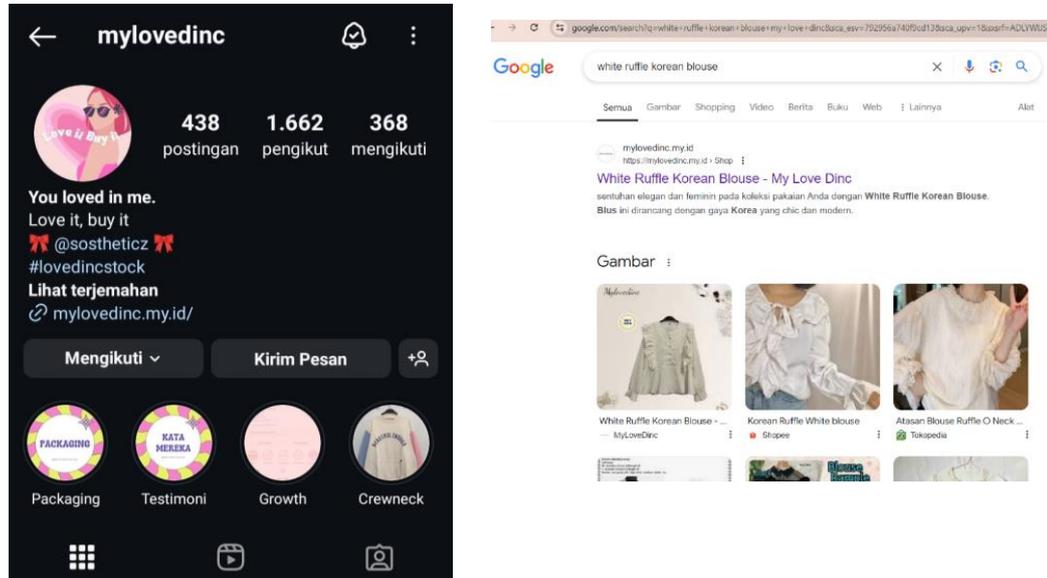
- c. Menggunakan *Google Search Console* dan menyertakan *sitemap XML* dari situs *My Love Dinc* agar seluruh halaman web dapat dibaca dengan baik oleh mesin pencari seperti pada gambar 10.



Gambar 10. Google Search Console

3.7 Strategi Marketing

Strategi *marketing* yang diterapkan pada toko My Love Dinc untuk memperluas jangkauan pasar yaitu memanfaatkan Instagram sebagai sarana promosi produk My Love Dinc untuk menarik pelanggan baru dan menggunakan SEO untuk mengoptimalkan *website* seperti pada gambar 11.



Gambar 11. Strategi Marketing

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang di dapat dari penelitian ini, bahwa *website* yang telah dikembangkan dapat mempermudah penjualan produk bagi pemilik *My Love Dinc* dan dapat memanfaatkan fitur-fitur *e-commerce* yang ada pada *website* seperti katalog, keranjang belanja, detail produk dan informasi stok produk. *My Love Dinc* dapat memasarkan produk dengan menggunakan *website* agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas karena penggunaan *plugin Yoast SEO* yang membantu dalam meningkatkan visibilitas di mesin pencari. Mengembangkan *website e-commerce* dapat memudahkan pelanggan karena tidak perlu *chat* melalui *instagram* untuk menanyakan informasi produk dan dapat dipermudah dalam melakukan laporan penjualan dan pendapatan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Ristia, A. Diana, and A. Ariesta, "Implementasi E-Commerce Dengan Metode Business Model Canvas (Bmc) Menggunakan Content Management System (Cms) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Distro Betawi Boys," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 5, no. 1, pp. 30–39, 2022, doi: 10.36080/idealisis.v5i1.2867.
- [2] P. Permata, "IMPLEMENTASI E-COMMERCE DENGAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) OSCOMMERCE PADA SITUS PENJUALAN (Studi Kasus: Toko Cahaya Komputer)," *J. Inform. dan Rekayasa Perangkat Lunak*, vol. 1, no. 1, pp. 58–64, 2020, doi: 10.33365/jatika.v1i1.159.
- [3] R. Azis and L. Margatama, "IMPLEMENTASI E-COMMERCE BERBASIS WEB MENGGUNAKAN IMPLEMENTATION OF WEB-BASED E-COMMERCE USING CMS IN TIA BUSANA STORE WITH BMC APPROACH," vol. 3, no. April, pp. 409–418, 2024.
- [4] D. M. Dilansyah, B. Dwi Prasetyo, H. Sulistiani, and Y. Fernando, "Penerapan CMS Prestahop pada Pengembangan Sistem E-Commerce Akrilik pada PT Maha Kreatif Industri," *J. Komputasi*, vol. 12, no. 1, pp. 58–69, 2024, doi: 10.23960/komputasi.v12i1.245.
- [5] A. Nabilah Rachma Putri, "Rancang Bangun dan Implementasi E-Commerce Berbasis Website Pada UD. AM Menggunakan CMS Dengan Metode Agile Development," *PETIK J. Pendidik. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 10, no. 1, pp. 69–84, 2023, doi: 10.31980/jpetik.v10i1.548.
- [6] P. Hendriyati and A. Yusta, "Implementasi Aplikasi E-Commerce Berbasis Web," *JURSIMA (Jurnal Sist.*

- Inf. dan Manajemen*), vol. 9, no. 1, pp. 40–48, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.stmikgici.ac.id/index.php/jursima/article/view/232>
- [7] R. Ramadhani Airmas Sahid, H. Hasna Nabila, and I. Prastya, “Perancangan Sistem Informasi Berbasis Web untuk Layanan Pelanggan Di Segitiga Bermuda Café Coffee & Eatery Menggunakan Metode Waterfall,” *Biner J. Ilmu Komputer, Tek. dan Multimed.*, vol. 2, no. 2, pp. 89–99, 2024, [Online]. Available: <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/biner>
- [8] S. Listiyani and A. U. Hamdani, “Penerapan E-Commerce Berbasis Content Management System Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Tokopancing Ibu Dwi,” *Semin. Nas. Mhs. Fak. Teknol. Inf.*, vol. 2, no. 2, pp. 1360–1369, 2023.
- [9] L. Sugiatur, L. E. Sudiati, and D. A. Puryono, “Membangun Model e-Commerce Berbasis Bisnis Model Canvas Dengan Content Management System & Menerapkan SEO,” *Sosied*, vol. 6, no. 2, 2023.
- [10] R. Destriana, S. Husain, N. Handayani, and A. Siswanto, *Diagram UML Dalam Membuat Aplikasi Android Firebase “Studi Kasus Aplikasi Bank Sampah.”* Yogyakarta: Deepublish, 2021.