

Penerapan *E-Commerce Content Management System* Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Pada Toko Gex Eyewear

Muhammad Ilham Assidiqi Nur^{1*}, Bima Cahya Putra²

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

Email: ^{1*}diqizaqin66@gmail.com, ²bimo.cahyoputro@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak-Toko Gex Eyewear Adalah Usaha toko online yang menjual kacamata anti radiasi pria dan wanita, Pada toko Gex Eyewear ini walaupun sudah menggunakan *Marketplace*, ada beberapa masalah, seperti terlalu banyak persaingan harga, yang menyebabkan perbedaan harga yang besar, terlalu banyak toko yang menjual produk yang sama, yang membuat pelanggan mencari saran produk ke toko lain, dan kurangnya promosi penjualan, yang mengarah ke produk lama yang dijual dan pemilik toko masih menggunakan sistem laporan membutuhkan catatan kertas. Untuk mengatasi masalah ini, memerlukan situs web E-commerce masalah penyelesaian. Dalam pengembangan e-commerce ini digunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) untuk melihat kekuatan dan kelemahan bisnis serta strategi bisnisnya. Sistem dirancang menggunakan metode *Unified Modeling Language* (UML), dan website menggunakan aplikasi *WordPress Content Management System* (CMS). Menggunakan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) metode yang digunakan untuk menyelesaikan masalah, website ini juga diatur agar muncul di halaman pertama mesin pencari. Hal ini memudahkan pelanggan untuk menemukan. Tujuan penelitian ini pemilik toko dapat menjual produk sebanyak-banyaknya melalui website E-commerce ini Tujuan penilitan, penggunaan SEO dan pemasaran akan membantu mendongkrak penjualan, dan kemampuan mencetak laporan penjualan akan memudahkan pemilik toko untuk meringkas laporan. Hasil dari penelitian ini yaitu mendapatkan model e-commerce yang sudah sesuai dengan kebutuhan dari toko Gex Eyewear Hasil penelitian. Model e-commerce berbasis web yang dikembangkan sudah diuji langsung dengan pengguna dan hasil pengujian yang didapatkan adalah cukup bagus, dengan teknik SEO website gex eyewear berada di halaman awal pencarian google sehingga user dapat mudah mencari. Pada Hasil penelitian, didapatkan dari pengujian yang dilakukan

Kata Kunci: kacamata, *business model canvas*, e-commerce, *wordpress*

Implementation Of E-Commerce Content Management System To Increase Business Competitiveness In Gex Eyewear Stores

Abstract-Gex Eyewear Store is an online store business that sells anti radiation glasses for men and women. At this Gex Eyewear store, even though they already use the *Marketplace*, there are a number of problems, such as too much price competition, which leads to big price differences, too many stores selling the same product, which makes customers look to other stores for product suggestions, and a lack of sales promotion, which leads to old products being sold and shop owners still using the system. Reports require paper records. To get around these problems, need an E-commerce website. In this e-commerce development, the *Business Model Canvas* (BMC) method is used to look at the strengths and weaknesses of the business as well as its business strategies. The system is designed using the *Unified Modeling Language* (UML) method, and the website uses the *WordPress Content Management System* (CMS) application. Using *Search Engine Optimization* (SEO) techniques, this website is also set up so that it shows up on the first page of search engines. This makes it easier for customers to find. The purpose of this research shop owners will be able to sell as many products as possible through this E-commerce website, that the use of SEO and marketing will help boost sales, and that the ability to print sales reports will make it easier for shop owners to summarize reports. The web-based e-commerce model that has been developed has been tested directly on the user and the test results obtained are quite good, with SEO technique the gex eyewear website is on the start page of a google search so that users can easily search.

Keywords: glasses, *business model canvas*, e-commerce, *wordpress*

1. PENDAHULUAN

Pembaharuan teknologi telah berkembang dengan sangat pesat sehingga masyarakat luas bisa saling berinteraksi tanpa adanya batasan yang menghalangi. Di antara perkembangan teknologi yang pesat salah satunya yaitu adalah internet yang saat ini sangat berpengaruh untuk kehidupan manusia dan sangat berpengaruh di bidang bisnis karena dapat dijadikan sarana dalam menyampaikan informasi. Indikasinya dapat dilihat dari menjamurnya perkembangan teknologi mutakhir, yang tujuannya antara lain meningkatkan keandalan informasi yang dikumpulkan dan menyederhanakan proses. Pada masa saat ini, jika ingin meningkatkan keuntungan maksimal dari proses penjualan, maka pelaku bisnis wajib mengikuti perkembangan teknologi untuk memperluas ruang lingkup serta bertukar informasi dengan memanfaatkan teknologi internet dan melakukan penjualan secara *online* dengan konsep *E-commerce*.

Gex Eyewear adalah sebuah toko online yang berlokasi di wilayah Tangerang yang menjual berbagai macam model kacamata untuk pria dan wanita. Gex Eyewear merupakan salah satu *reseller* kacamata di *marketplace shopee*. Gex Eyewear dalam keberlangsungannya sudah menggunakan cara yang terkini dalam sebagian proses bisnisnya yaitu menjual barang melalui *marketplace* tetapi menurut pemilik toko Gex Eyewear toko ini memiliki kendala yaitu persaingan harga yang sangat tinggi jika berjualan di *marketplace*, ada banyak toko yang menjual barang yang sama, jadi pelanggan mencari toko lain dengan harga lebih rendah untuk mendapatkan saran tentang apa yang harus dibeli. Selain itu, toko-toko ini tidak berbuat banyak untuk menyebarkan berita tentang penjualan mereka karena mereka hanya menggunakan iklan untuk mendatangkan pelanggan.

Oleh karena itu penulis menggunakan internet untuk mencoba membuat website yang berfungsi seperti toko elektronik. Dia melakukan ini dengan harapan mendapatkan lebih banyak penjualan, menghindari perang harga, dan menjangkau khalayak yang lebih luas.

Penelitian terdahulu [1] dengan judul penelitian “Perancangan E-Commerce dengan Business Model Canvas untuk Peningkatan Penjualan pada Toko Parfum” Temuan penelitian ini didasarkan pada studi kasus yang dilakukan di sebuah toko yang mengkhususkan diri dalam menjual parfum dan produk beraroma lainnya. Fakta bahwa dibutuhkan sedikit lebih banyak waktu dari biasanya untuk memesan produk adalah salah satu masalah yang muncul dari cara butik wewangian menjalankan bisnisnya. Karena penjual wajib menginformasikan harga produk kepada pelanggan, memeriksa stok yang tersedia, dan meyakinkan pelanggan bahwa produk masih tersedia, penyelesaian setiap transaksi membutuhkan waktu yang jauh lebih lama dari biasanya. Ketika informasi dan data ditulis di atas kertas, ada juga kesalahan yang dibuat dalam prosesnya. Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah ini, toko parfum ini perlu membuat situs web di mana pelanggan dapat melakukan pembelian secara online. Sistem manajemen konten (CMS) yang dikembangkan dari bawah ke atas dan menyertakan aplikasi untuk WordPress sebagai bagian dari fungsionalitas intinya. Hal ini menunjukkan bahwa di pasar yang sangat kompetitif, harga terlalu berbeda hingga terjadi perbedaan harga yang signifikan, seperti yang ditemukan dalam penelitian berjudul “Implementasi Situs Web E-commerce Berbasis Sistem Manajemen Konten Wordpress di Pesona Toko Tanaman.”

Judul penelitian [2] ini adalah “Implementasi Website E-commerce Berbasis Sistem Manajemen Konten Wordpress pada Toko Pesona Tanaman”. Akibatnya, banyak toko berbeda yang menjual produk yang sama memaksa pelanggan mereka untuk memilih di antara berbagai produk yang direkomendasikan oleh berbagai toko lain. Anda akan memerlukan situs web yang menyederhanakan proses menjalankan bisnis online untuk menemukan solusi atas masalah ini. Metode Business Model Canvas (BMC) digunakan dalam proses pengembangan platform e-commerce ini. Metode ini digunakan untuk mengevaluasi berbagai kekuatan dan kelemahan, selain strategi bisnis. Sebuah teknik yang dikenal sebagai Unified Modeling Language, atau disingkat UML, digunakan dalam proses perancangan sistem. Aplikasi yang dibangun dengan WordPress serta sistem manajemen konten digunakan untuk situs web (CMS). Teknik dari bidang optimasi mesin pencari (SEO), juga dikenal sebagai SEO, telah diterapkan ke situs web dalam upaya untuk meningkatkannya dan membuatnya lebih mudah ditemukan oleh pelanggan. Bahwa situs web muncul di halaman pertama halaman hasil mesin pencari akan dipastikan dengan tindakan ini. Diharapkan para pemilik bisnis dapat memanfaatkan sepenuhnya potensi situs web ini untuk e-commerce dan dengan demikian meningkatkan pendapatan mereka sebagai akibat langsung dari melakukannya.

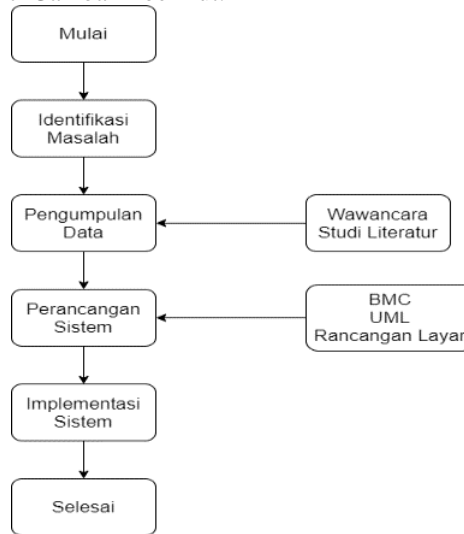
Penulis artikel ini [3] juga membahas tentang pengaruh fashion terhadap pasar online Shopee dan media sosial Facebook. Rika's Collection kesulitan menjual produknya di media Facebook dan marketplace shopee karena tingginya tingkat persaingan antar penjual dan aturan marketplace yang ketat. Rika's Collection dapat mengatasi tantangannya dengan paling efektif dengan membuat situs web e-niaga di mana ia dapat menetapkan aturannya sendiri yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Metodologi waterfall digunakan selama pengembangan situs web *e-commerce*. Langkah pertama adalah menganalisis kebutuhan data dan aliran sistem. Mengikuti langkah ini, sistem dirancang untuk aliran data sistem dan penyimpanan data sementara. Kode situs web telah selesai dan akhirnya diuji. Atas dasar penelitian ini, website e-commerce dipandang sebagai solusi potensial atas permasalahan yang muncul selama proses penjualan Rika's Collection.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Langkah Penelitian

Langkah Penelitian yang diterapkan penulis adalah yang pertama melakukan identifikasi masalah, penulis melakukan identifikasi masalah apa saja yang terjadi pada toko Gex Eyewear. Yang kedua, penulis melakukan pengumpulan data untuk memperoleh seluruh data yang dibutuhkan dengan cara wawancara, dan juga melakukan studi literatur dari berbagai referensi berdasarkan pada permasalahan yang telah diamati. Yang ketiga, penulis melakukan perancangan sistem pada Gex Eyewear, ada beberapa metode yang dilakukan untuk merancang sistem *E-commerce* ini yaitu dengan menggunakan BMC, UML, dan Rancangan layar. Yang keempat, penulis melakukan Implementasi sistem dengan menggunakan *Content Management System* yaitu Wordpress, dimana Wordpress

menggunakan Bahasa pemrograman PHP dengan *database* MySQL, beserta dengan Domain dan Hosting. Kerangka pemikiran disusun seperti Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Langkah Penelitian

2.2 Metode Pengumpulan Data

Penulis penelitian ini mengumpulkan data dalam berbagai cara yang berbeda, yang semuanya merupakan kontributor penting untuk tingkat keberhasilan penelitian secara menyeluruh. Cara melakukan sesuatu direncanakan, metodis, dan sesuai dengan topik pembicaraan selanjutnya. Untuk menyelesaikan penelitian ini, beberapa pendekatan yang berbeda untuk pengumpulan data digunakan, termasuk yang berikut:

a. Wawancara

Metode ini diterapkan dengan mengadakan kegiatan tanya jawab secara kepada pihak yang bersangkutan seperti pemilik toko Gex Eyewear. Dengan metode ini, penulis mendapatkan sebuah informasi tentang proses bisnis berjalan dan permasalahan apa yang dihadapi oleh *Owner* maupun pelanggan.

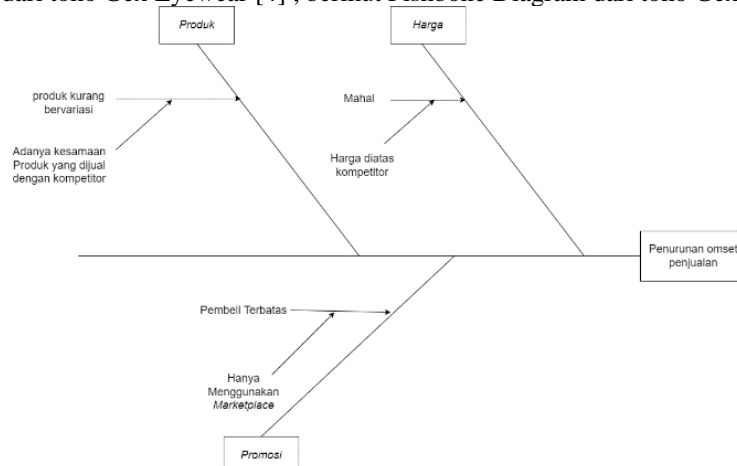
b. Studi Literatur

Untuk metode ini, penulis mengumpulkan tinjauan literatur dari berbagai sumber yang berbicara tentang masalah yang ditemukan dan dikerjakan pada langkah-langkah sebelumnya. Studi literatur ini dilakukan melalui referensi jurnaldan referensi lainnya seperti artikel dan situs-situs yang dijadikan sebagai acuan pada kegiatan penelitian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Fish Bone Diagram

Dalam Penelitian ini, Penulis menggunakan metode fishbone diagram untuk menganalisa penyebab dari sebuah masalah atau kondisi dari toko Gex Eyewear [4] , berikut Fishbone Diagram dari toko Gex Eyewear:



Gambar 2. Fishbone Diagram

3.2 Business Model Canvas

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) untuk mempercepat proses menganalisa permasalahan dan kebutuhan serta strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha pada toko Gex Eyewear [5]. Berikut *Business Model Canvas* Dari toko Gex Eyewear:



Gambar 3. Business Model Canvas

a. *Value Propositions*

Pada *Value Propositions*, keunggulan dari toko Gex Eyewear yaitu setiap barang yang dijual ready stock sehingga ketika pembeli order hari itu dan dikirim hari itu juga, Menjual lensa dengan kualitas grade tertinggi sehingga lensa tidak mudah tergores atau berbekas jika tersentuh tangan, dan cukup aman di gunakan di karnakan toko Gex Eyewear ini memiliki izin resmi kemenkes di lensanya.

b. *Customer Segments*

Pada *Customer Segments*, target pelanggan Gex Eyewear adalah Pria, wanita, Dari anak anak bahkan sampai lansia, Penderita rabun jauh dan rabun dekat

c. *Customer Relationships*

Pada *Customer Relationships*, agar pelanggan tetap menjalin ikatan dengan Gex Eyewear, dan tidak mudah dengan berpaling ke toko lain, Gex Eyewear sering memberikan diskon dan promo, Gex Eyewear juga menerima *complaint* dari pelanggan, pelanggan juga dapat melakukan retur produk dengan syarat dan ketentuan yang dimiliki oleh Gex Eyewear.

d. *Channels*

Pada *Channels*, agar dapat menjangkau pelanggan lebih banyak lagi Gex Eyewear memanfaatkan marketplace shopee, web *e-commerce*, dan whatsapp untuk melakukan promosi.

e. *Revenue Streams*

Pada *Revenue Streams*, pendapatan Gex Eyewear dapat dari konsumen yang membeli produk-produk Gex Eyewear dan juga terkadang cashback dari kurir pengiriman jika toko Gex Eyewear menyelesaikan sesuai target tertentu menggunakan kurir tersebut.

f. *Key Resources*

Pada *Key Resources*, sumber daya agar toko Gex Eyewear berjalan, Gex Eyewear menggunakan beberapa sumber daya yaitu: internet, komputer, *smartphone*, pegawai toko, printer, *bubble*, box kacamata lensa kacamata, frame kacamata, mesin potong lensa.

g. *Key Activities*

Pada *Key Activities*, kegiatan utama dari Gex Eyewear adalah membeli frame dan lensa kacamata untuk stok barang, produk di toko dijual secara online, produk diupdate secara online, memasang lensa ke frame sesuai pesanan pembeli, packaging dan pengiriman produk.

h. *Key Partners*

Pada *Key Partners*, Gex Eyewear terbantu oleh beberapa mitra agar bisnis Gex Eyewear dapat berjalan. yaitu, toko frame dan lensa kacamata, pihak *marketplace*, dan kurir ekspedisi.

i. *Cost Structure*

Pada *Cost Structure*, biaya yang harus ditanggung oleh Gex Eyewear yaitu, wifi internet, listrik, iklan ads shopee, biaya gaji pegawai, biaya pembelian untuk stok barang.

3.3 Activity Diagram dan Proses Bisnis Usulan

Activity diagram adalah cara yang fleksibel untuk mempelajari dan memahami berbagai proses dan prosedur operasional dan organisasi. Dipakai pada model bisnis untuk memperhatikan urutan aktivitas proses bisnis [6]

a. Proses Registrasi



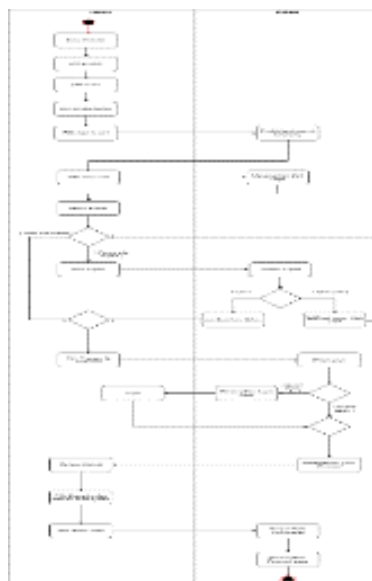
Gambar 4. Activity Diagram Proses Registrasi Pelanggan

b. Proses Login Pelanggan



Gambar 5. Activity Diagram Proses Login Pelanggan

c. Proses Penjualan Produk



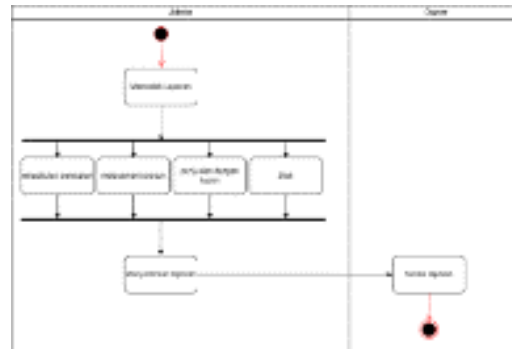
Gambar 6. Activity Diagram proses penjualan produk

d. Proses Pembayaran Produk



Gambar 7. Activity Diagram Proses Pembayaran Produk

e. Proses Laporan

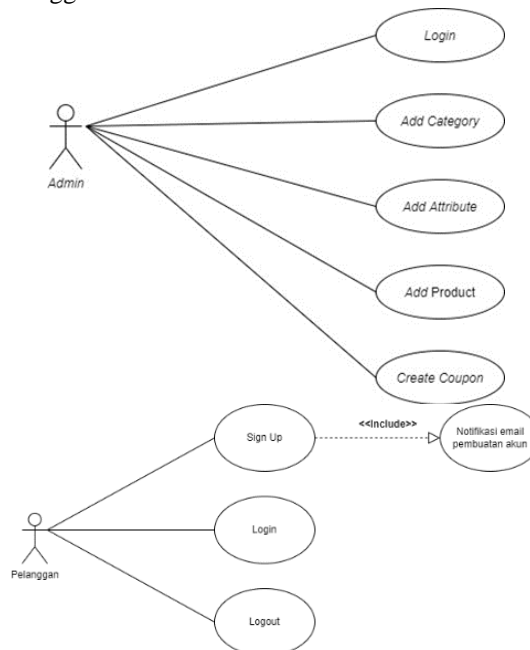


Gambar 8. Activity Diagram Laporan

3.4 Hasil Pemodelan e-commerce

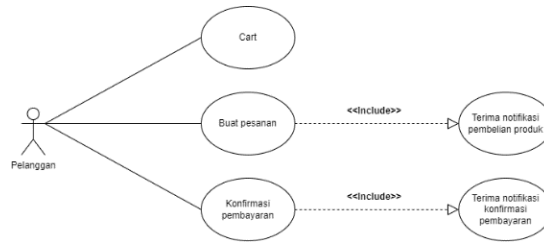
Memvisualisasikan, menentukan, membangun, dan mendokumentasikan sistem pengembangan perangkat lunak OO (*Object-Oriented*) semua dapat dilakukan dengan bantuan UML, yang merupakan bahasa yang berbasis grafik atau Gambar [7]. Itu digunakan dalam pengembangan model *e-commerce*. Diagram Kasus Penggunaan UML menggambarkan keluaran model dalam berbagai bentuknya. Kemampuan model *e-commerce* yang dikembangkan dapat dikategorikan ke dalam tiga kategori utama, yaitu *Master Use Case*, *Transaction Use Case*, dan *Report Use Case*. Beberapa kasus penggunaan ini diilustrasikan pada Gambar 9, 10, dan 11.

a. Use case Diagram master pelanggan dan admin

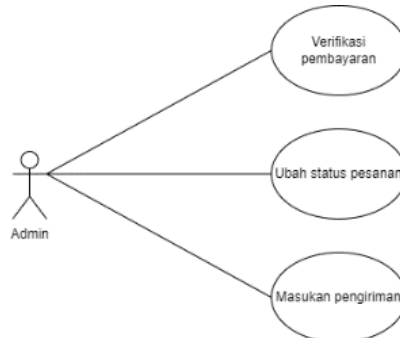


Gambar 9. Use case diagram master pelanggan dan admin

b. Use case diagram Transaksi

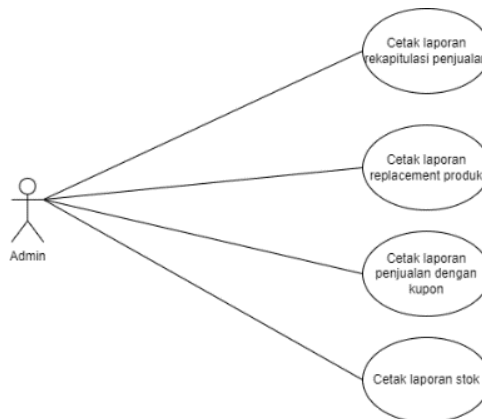


Gambar 10. Use case diagram transaksi Pelanggan



Gambar 11. Use Case Diagram transaksi Admin

c. Use case diagram Laporan

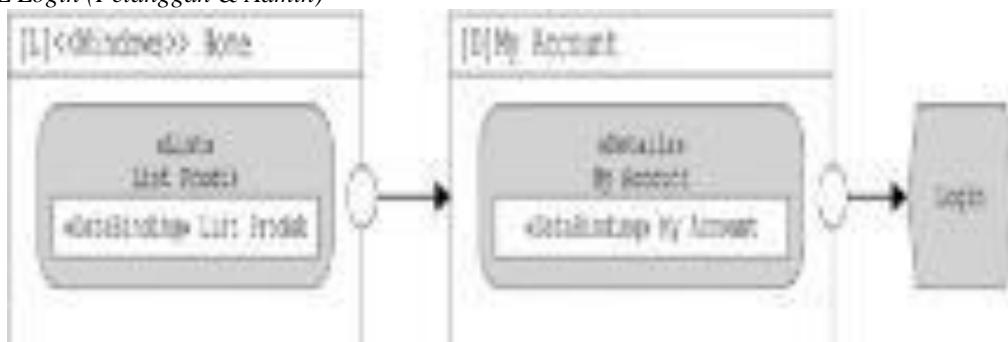


Gambar 12. Use case diagram laporan

3.5 Interaction Flow Modelling Language (IFML)

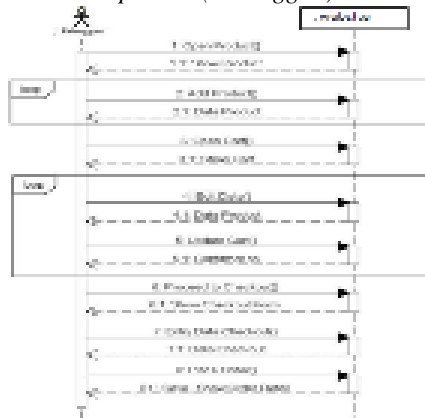
Menurut [8] IFML dibuat untuk memvisualisasikan interaksi pengguna, konten, dan mengatur perilaku (*behavior*) dari *front-end* aplikasi perangkat lunak berikut Ifml dari Gex Eyewear:

a. IFML Login (Pelanggan & Admin)



Gambar 13. IFML Login (Pelanggan & Admin)

c. *System Sequence Diagram Pemesanan produk (Pelanggan)*



Gambar 18. Sequence Diagram Pemesanan Produk Pelanggan

3.7 Implementasi E-Commerce Gex Eyewear

Gambar 19. Berikut tampilan layar pada website gex eyewear berupa halaman produk yang dibuat pada sistem penjualan toko Gex Eyewear.



Gambar 19. Tampilan layar halaman produk pada website Gex Eyewear

3.8 Strategi SEO & Marketing

3.8.1 Search Engine Optimization

Salah satu teknik promosi dengan cara memanfaatkan pengoptimalan mesin pencari agar website yang sudah kita buat berada diperingkat teratas atau halaman pertama (*first page*) [10]. Dalam melakukan strategi SEO untuk penerapan E-commerce pada website Gex Eyewear. Penulis memanfaatkan strategi SEO on page adalah sebuah cara untuk optimasi halaman atau pages yaitu dengan cara menambahkan kata kunci atau keyword. Selain itu, penulis menggunakan plugin Yoast SEO sebagai alat bantu mengoptimalkan kata kunci.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil observasi ini ialah penulis membangun Sistem Website *E-Commerce* pada toko Gex Eyewear, berikut diharapkan dapat mampu meningkatkan penjualan produk pada Toko Gex Eyewear Membantu memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan produk tanpa terkendala jarak dan waktu, Di harapkan cakupan pasar pada toko Gex eyewear menjadi lebih luas karena pelanggan bukan hanya berasal dari marketplace tetapi bisa juga dari seluruh pengguna internet dan pelanggan juga bisa langsung mengunjungi dan melakukan pemesanan langsung melalui website *e-commerce*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arief Indrawan Putra and Anita Diana, “Perancangan E-Commerce dengan Business Model Canvas untuk Peningkatan Penjualan pada Toko Parfum,” *J. Telemat.*, vol. 15, 2020.
- [2] Faisal, A. Diana, and D. R. Utari, “Implementasi Website E-Commerce Berbasis Content Management System Wordpress Pada Toko Pesona Tanaman,” *J. IKRAITH-INFORMATIKA*, vol. 5, no. 3, 2021.
- [3] T. R. Rivanthio, “Perancangan Website E-commerce Rikas Collection,” *J. Teknol. Inf. Dan Komun.*, vol. 7, no. 2, 2020.
- [4] P. Vitasari, Julian Candra Purnama, Sony Harianto, and Fuad Achmadi, “Fishbone Diagram Untuk Menganalisis Penyebab Produktivitas Kerja Menurun pada Home Industri Pembuatan Roti ,” *SENIATI*, pp. 182–186, 2022.
- [5] F. Ramadhan and L. Fajarita, “Implementasi Rancangan E-Commerce Pada Surya Timur Collection Dengan Metode Business Model Canvas (Bmc) Berbasis Content Management System (CMS),” *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 1, 2020, doi: 10.36080/idealis.v3i1.1508.
- [6] Y. Rachmawati, L. Septiana, and susana dwi Yulianti, “Sistem Informasi Penjualan Alat Tulis Kantor Berbasis Web

- Pada CV. Sumber Rezeki Jakarta,” *Semin. Nas. Ilmu Pengetah. dan Teknol. Komput. Nusa Mandiri*, vol. 1, no. 1, 2016.
- [7] Suendri, “Implementasi Diagram UML (Unified Modelling Language) Pada Perancangan Sistem Informasi Remunerasi Dosen Dengan Database Oracle (Studi Kasus: UIN Sumatera Utara Medan),” *J. Ilmu Komput. dan Inform.*, vol. 3, no. 1, 2018.
- [8] S. P. Suryanto, T. J. Pattiasina, and A. Soetarmono, “Perancangan dan Pengembangan Toko Online dengan Metode Interaction Flow Modeling Language (Studi Kasus Toko Winata),” *Teknika*, vol. 6, no. 1, 2017, doi: 10.34148/teknika.v6i1.60.
- [9] D. F. Ariefni and M. B. Legowo, “Penerapan Konsep Monitoring dan Evaluasi Dalam Sistem Informasi Kegiatan Mahasiswa Di Perbanas Institute Jakarta,” *J. Tek. Inform. dan Sist. Inf.*, vol. 4, no. 3, 2018.
- [10] M. Hayaty and D. Meylasari, “Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi,” *J. Inform.*, vol. 5, no. 2, 2018, doi: 10.31311/ji.v5i2.4027.