

Implementasi *E-Commerce* Menggunakan Wordpress Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Mamam Snack Frozen

Choudri Mubarak Ahmad^{1*}, Muhammad Ainur Rony²

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

Email: ^{1*}cmubahmad@gmail.com, ²ainur.rony@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak-Toko Mamam Snack Frozen merupakan toko yang menjual berbagai macam minuman, makanan ringan dan makanan *frozen*. Dalam sistem penjualan yang dijalankan toko masih memiliki kendala dalam penjualan yang masih konvensional, kebanyakan pembeli dari sekitar Toko Mamam Snack Frozen saja, pembeli juga harus datang langsung ke toko dan pemasaran produk serta data laporan yang masih kurang optimal. Hal ini membuat sistem penjualan dan pemasaran produk belum optimal dan efisien, ditengah persaingan penjualan yang semakin ketat. Berdasarkan kendala tersebut, maka dirancanglah *website e-commerce* dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) yang akan menjadi solusi peningkatan penjualan. Penelitian ini bertujuan menyediakan media atau sarana sistem penjualan dan pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian terapan (*Research Applied*). Sistem dikembangkan menggunakan pendekatan *Unified Modeling Language* (UML) dan *website* berbasis *Content Management System* (CMS) menggunakan *WordPress* dengan *plugin woocommerce* serta dioptimalkan dengan menerapkan *Search Engine Optimization* (SEO). Penerapan *e-commerce* pada Toko Mamam Snack Frozen juga akan memberikan keuntungan seperti kemudahan pelanggan mengetahui informasi produk toko, kemudahan cara pembayaran, proses pemesanan yang lebih cepat, kemudahan pemilik mengetahui data laporan penjualan, meningkatkan jangkauan pemasaran produk serta pembelian produk yang bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja sehingga sistem penjualan lebih efisien. Hasil dari pada penelitian ini, membuat *website e-commerce* yang dapat memudahkan sistem penjualan dan hasil pengujian strategi SEO pada *website* dan produk toko yang dapat tampil di halaman pertama *google*.

Kata Kunci: *e-commerce*, sistem penjualan, pemasaran, toko mamam snack frozen

Implementation E-Commerce Using Wordpress For Increase Sales At Mamam Snack Frozen Store

Abstract - Mamam Snack Frozen Store is a store that sells various kinds of drinks, snacks and frozen. In the sales system run by the store, they still have problems in conventional sales, most buyers from around the Mamam Snack Frozen Store only, buyers also have to come to the store directly, marketing product and report data are still not optimal. This makes the product sales and marketing system not optimal and efficient, in the midst of increasingly fierce sales competition. Based on these constraints, an e-commerce website using the Business Model Canvas (BMC) approach which will be a solution to increase sales. This study aims to provide a more effective and efficient media or means of selling and marketing systems. In this study using the type of applied research (*Research Applied*). The system was developed using the Unified Modeling Language (UML) approach and website based Content Management System (CMS) WordPress with plugins woocommerce and optimized by applying Search Engine Optimization (SEO). Application e-commerce at Mamam Snack Frozen Store will also provide benefits such as convenience for customers to find out store product information, easy payment methods, faster ordering processes, ease of owners knowing sales report data, increasing product marketing reach and product purchases that can be done anytime and anywhere so that the sales system is more efficient. The results of this research, creating an website e-commerce that can facilitate the sales system and the results of testing SEO strategies on websites and products stores that can appear on the first page of google.

Keywords: *e-commerce*, sales systems, marketing, mamam snack frozen store

1. PENDAHULUAN

Di era perkembangan bidang teknologi yang begitu pesat, internet merupakan media informasi yang dapat diakses secara luas karena sifat internet tidak mengenal batasan geografis. Sistem penjualan kini mulai beralih dengan teknologi internet, untuk itu perlu adanya pengembangan sistem perdagangan menggunakan teknologi internet yang disebut *e-commerce* [1]. Baik usaha kecil maupun menengah yang banyak dijumpai, semakin terpacu untuk menggunakan teknologi sebagai senjata untuk bertahan dan menang dalam persaingan yang semakin ketat. Oleh sebab itu, teknologi *website* berperan penting di internet dan secara tidak langsung teknologi internet cukup berperan besar untuk dunia bisnis (*e-commerce*) dengan membuka saluran perdagangan *online* yang sangat terlihat oleh calon pelanggan [2]. Informasi produk, pesan, bayar serta pengiriman telah tersedia dalam perdagangan *online e-commerce*.

Electronic commerce sebagai bentuk aktivitas perdagangan melalui internet, banyak memberikan dampak positif. Dengan menggunakan *e-commerce* sebagai media penjualan, penjual dapat memperluas jangkauan pemasaran mereka, melakukan pembelian, penanganan, dan pengiriman yang efektif dan efisien [3]. Transaksi *e-commerce* ada beberapa jenis klasifikasi, diantaranya yaitu *Business to business* merupakan transaksi yang dilakukan oleh pelaku bisnis dengan pelaku bisnis lainnya, *Business to customer* merupakan transaksi antara penjual atau pelaku bisnis dan pelanggan. Dengan menggunakan *e-commerce* transaksi penjualan secara *online* mempunyai potensi yang sangat besar untuk mendapatkan para customer diseluruh dunia [4].

Toko Mamam Snack Frozen merupakan toko yang menjual berbagai macam jenis minuman, makanan ringan dan makanan *frozen*. Toko Mamam Snack Frozen dengan sekitar 200 produknya saat ini masih memiliki masalah dengan sistem penjualan dalam tempat penjualan yang terbatas serta sistem pemasaran yang belum optimal karena hanya dengan *Whatsapp* saja. Karena itu, keuntungan yang diperoleh masih belum optimal dengan cakupan wilayah pemasaran yang hanya disekitar daerah tempat toko saja. Selain itu keterbatasan waktu dalam melayani customer juga sebab kurangnya penjualan yang optimal, karena Toko Mamam Snack Frozen hanya buka pemesanan pada pukul 09.00 sampai dengan pukul 20.00.

Berdasarkan masalah tersebut, maka diberikan solusi dengan membuat sistem *e-commerce* menggunakan CMS *Wordpress* sebagai media transaksi, tentunya menguntungkan bagi pihak pembeli maupun penjual. Oleh karena itu, penulis ingin merancang *e-commerce* dalam sistem penjualan dan proses bisnis Toko Mamam Snack Frozen sehingga pemasaran lebih luas dan pelanggan dapat mengaksesnya kapan saja dan di mana saja. Rancangan ini juga interaktif sehingga customer dapat berperan secara aktif dalam proses penjualan [5].

Tujuan penelitian ini membuat *website e-commerce* Toko Mamam Snack Frozen untuk menyediakan media/sarana sistem penjualan dan pemasaran yang lebih efektif, menginformasikan produk dan layanan dengan lebih jelas memberikan informasi laporan lebih cepat dan lengkap kepada pemilik toko.

Batasan masalah yang dibahas diantaranya, yaitu implementasi *e-commerce* pada Toko Mamam Snack Frozen dengan menggunakan CMS *Wordpress* dan tidak menyediakan fitur retur produk karena produk sudah di cek sebelum dikirim.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian terapan (*Research Applied*) dengan pendekatan studi kasus untuk memberikan solusi atas masalah yang terjadi pada toko [6]. Penelitian studi kasus merupakan penelitian yang berdasarkan kejadian yang telah terjadi, kemudian mengidentifikasi solusi permasalahan untuk melakukan perbaikan sehingga hasil penelitian dapat bermanfaat untuk tempat riset.

2.2 Langkah-Langkah Penelitian

Berikut ini merupakan gambaran dan penjelasan tahapan penelitian ini, dapat dilihat pada gambar 1:



Gambar 1. Langkah-Langkah Penelitian

a. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dilakukan dengan observasi serta wawancara dengan pemilik toko mengenai proses bisnis yang terjadi pada Toko Mamam Snack Frozen dan studi pustaka.

b. Analisis Proses Sistem Berjalan

Analisis proses bisnis yang berjalan pada Toko Mamam Snack Frozen digambarkan dengan metode *activity diagram* berjalan dan metode *business model canvas* [7].

c. Analisis Perancangan Sistem

Pada proses ini penulis melakukan penelitian pada Toko Mamam Snack Frozen dengan merancang sistem yang akan dibuat dengan menggunakan UML (*Unified Modeling Language*) [8].

d. Pengembangan Sistem

Peneliti melakukan pengembangan sistem menggunakan CMS *Wordpress* dan *database* untuk membangun program yang sudah dilakukan analisis perancangan pada tahap sebelumnya oleh peneliti [9].

e. Implementasi Strategi SEO

Menerapkan strategi SEO pada toko dengan menggunakan konfigurasi *google searce consol*, *plugin* dan mengoptimasi kata kunci yang relevan pada bagian produk, halaman dan bagian *website* lainnya, supaya *website* mudah terindeks oleh *google* dan mudah ditemukan di halaman pertama pencari [10].

2.3 Metode Pengumpulan Data

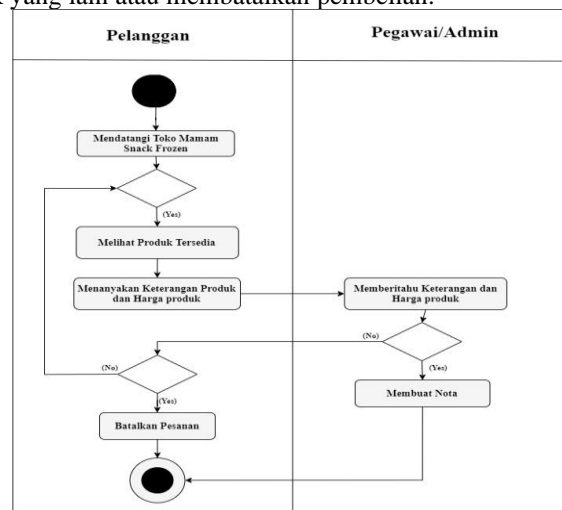
Dalam metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan observasi, wawancara terkait proses bisnis yang terjadi pada Toko Mamam Snack Frozen dan studi pustaka dengan analisa dokumen memanfaatkan literatur menjadi bahan bacaan, baik yang berasal buku-buku ilmiah, jurnal-jurnal ilmiah, catatan sewaktu kuliah maupun berbagai bacaan di internet yang berkaitan erat dengan masalah yang dibahas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Activity Diagram Berjalan

3.1.1 Proses Penjualan

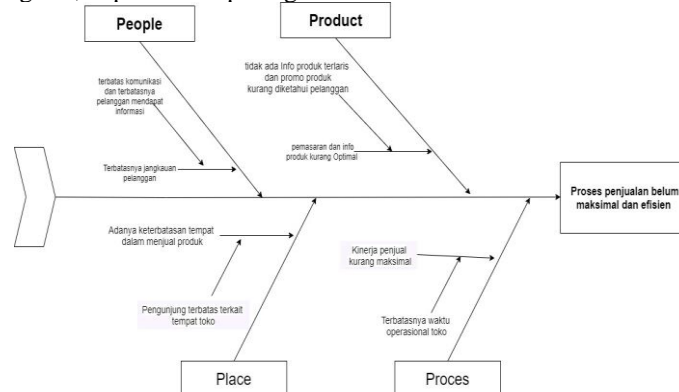
Pelanggan mendatangi Toko Mamam Snack Frozen. Kemudian Pelanggan melihat produk tersedia dan menanyakan keterangan serta harga produk tersebut. Pegawai akan memberitahu keterangan dan harga produk yang ditanyakan. Jika pelanggan tertarik, pegawai akan membuat nota. Jika pelanggan tidak tertarik, pelanggan bisa memilih kembali produk yang lain atau membatalkan pembelian.



Gambar 2. Activity Diagram Proses Penjualan

3.2 Analisis Masalah

Berikut ini adalah hasil analisis masalah pada Toko Mamam Snack Frozen yang digambarkan menggunakan pendekatan *Fishbone Diagram*, dapat dilihat pada gambar 3:



Gambar 3. Fishbone Diagram

Tabel 1. Penjelasan *Fishbone* Diagram

Product	Pemasaran dan info produk kurang optimal
Sebab- Akibat	Kurangnya informasi mengenai produk, promo produk dan stok produk yang tidak <i>up to date</i> .
Solusi	Dengan dibuatnya sistem <i>E-Commerce</i> , informasi yang disebar kepada pelanggan mengenai produk dan stoknya akan lebih lengkap, sehingga pelanggan bisa lebih mengetahui informasi produk yang akan dibeli.
Process	Terbatasnya waktu dan tenaga kerja
Sebab- Akibat	Toko ada jam bukanya dan tenaga kerja terbatas, toko jadi hanya bisa melayani pada jam operasional.
Solusi	Dengan dibuatnya sistem <i>E-Commerce</i> , penjualan akan lebih optimal dan bisa buka full time.
People	Terbatasnya jangkauan pelanggan ke tempat toko.
Sebab- Akibat	Tidak bisa membeli kapan saja dan dimana saja.
Solusi	Dengan sistem <i>E-commerce</i> , pelanggan tidak perlu datang ke Toko karena dapat melihat produk dan bisa langsung membeli produk dimana saja dan kapan saja melalui <i>website</i> .
Place	Keterbatasan tempat melayani pelanggan dan <i>display</i> produk
Sebab- Akibat	Pelanggan harus antri jika toko ramai dan <i>show up</i> promosi produk terbatas karena tempat yang kurang besar.
Solusi	Dengan sistem <i>E-Commerce</i> , pelanggan bisa membeli dimana saja, dan penjual bisa menampilkan produk sebanyak-banyaknya.

3.3 Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas (BMC) merupakan metode untuk menggambarkan bisnis dan juga digunakan sebagai implementasi strategi pemasaran. Pada gambar 4 terlihat Model BMC dalam penelitian ini.

Key Partners - Agen Makanan / Supplier - Pelaku UMKM - Reseller	Key Activities - Melakukan Penjualan Produk - Survei Harga Pasar - Melakukan Pembelian Produk ke Distributor - Pemasaran - Melakukan Pengemasan Produk Key Resources - Pegawai (Staff) - Peralatan Toko - Mesin pendingin	Value Propositions - Harga produk di bawah harga rata-rata pasar - Banyak Pilihan Produk - Pelayanan kualitas produk selalu Terjaga	Customer Relationships - Coupon dan potongan diskon Produk - Testimoni / Ulasan Produk - Bonus Produk Channels - Tempat/Toko Penjualan Langsung - Website <i>E-Commerce</i> - Media Sosial (<i>Whatsapp</i>)	Customer Segments - Ibu-ibu Rumah Tangga - Reseller - Remaja
Cost Structure - Biaya Promosi - Biaya Sewa Toko - Biaya Listrik - Biaya Bahan Pengemasan - Biaya Staf Toko		Revenue Streams - Menjual Produk - Sistem bagi hasil dengan Reseller yang menipikan barang		

Gambar 4. *Business Model Canvas*

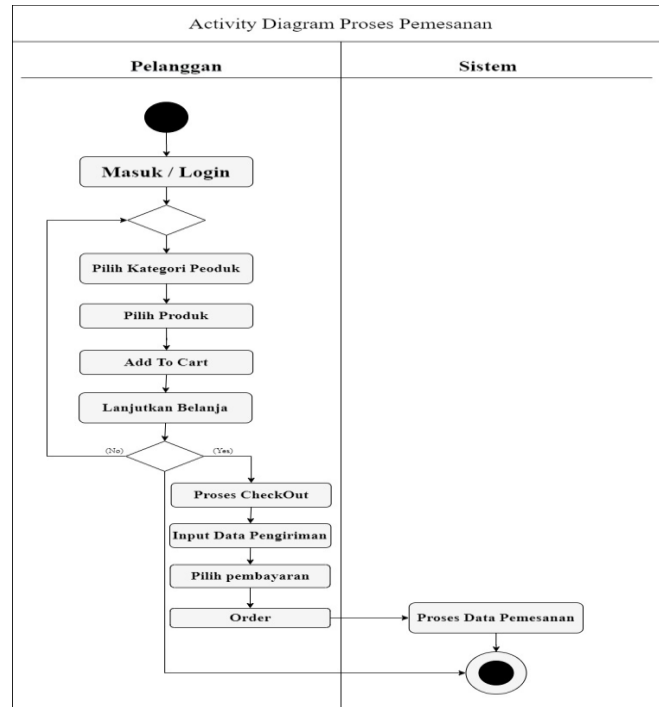
Business Model Canvas terdiri dari 9 elemen blok yaitu *Value Propositions*, *Customer Segments*, *Customer Relationship*, *Channels*, *Key Activities*, *Key Partners*, *Key Resources*, *Revenue Streams* dan *Cost Structure*. Toko Mamam Snack Frozen memiliki nilai lebih yaitu pada harga produk yang lebih murah dari harga pasar, banyak pilihan produk dan pelayanan kualitas produk yang selalu terjaga.

3.4 Activity Diagram Proses Bisnis Usulan

Berikut ini merupakan proses bisnis usulan yang digunakan pada pembuatan *website e-commerce* Toko Mamam Snack Frozen, yang digambarkan dengan *Activity Diagram*.

3.4.1 Proses Pemesanan

Berikut gambar 5 merupakan gambaran *activity diagram* proses pemesanan sistem usulan pada Toko Mamam Snack Frozen, mulai dari *login*, *order* hingga proses data pemesanan.

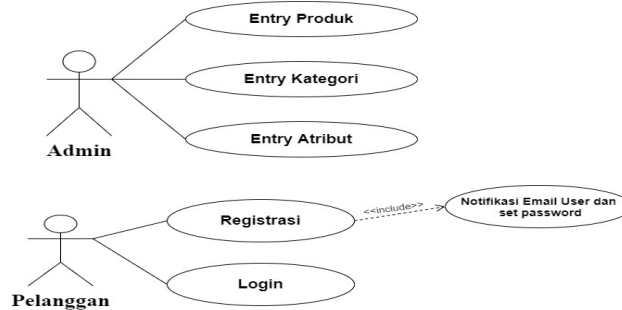


Gambar 5. Activity Diagram Usulan Proses Pemesanan

3.5 Use Case Diagram

a. Use Case Diagram Master

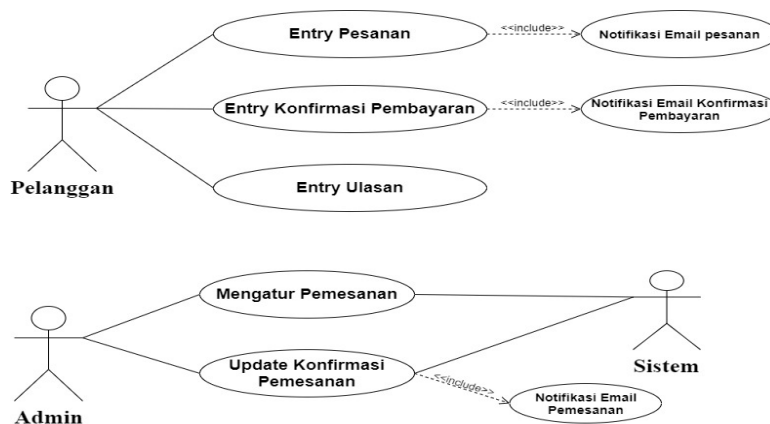
Gambar 6 menampilkan Use case Master dalam penelitian ini, yang terdiri dari actor pelanggan dan admin.



Gambar 6. Use Case Diagram Master

b. Use Case Diagram Transaksi

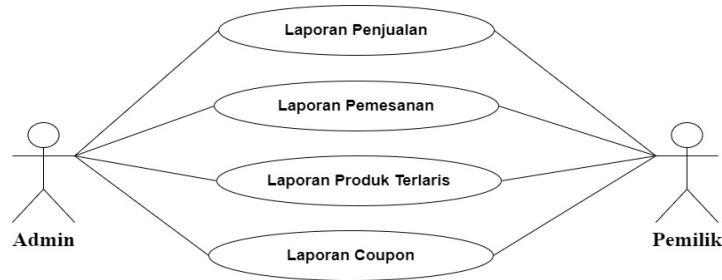
Gambar 7 menampilkan Use case Transaksi dalam penelitian ini, yang terdiri dari actor pelanggan dan admin.



Gambar 7. Use Case Diagram Transaksi

c. Use Case Diagram Laporan

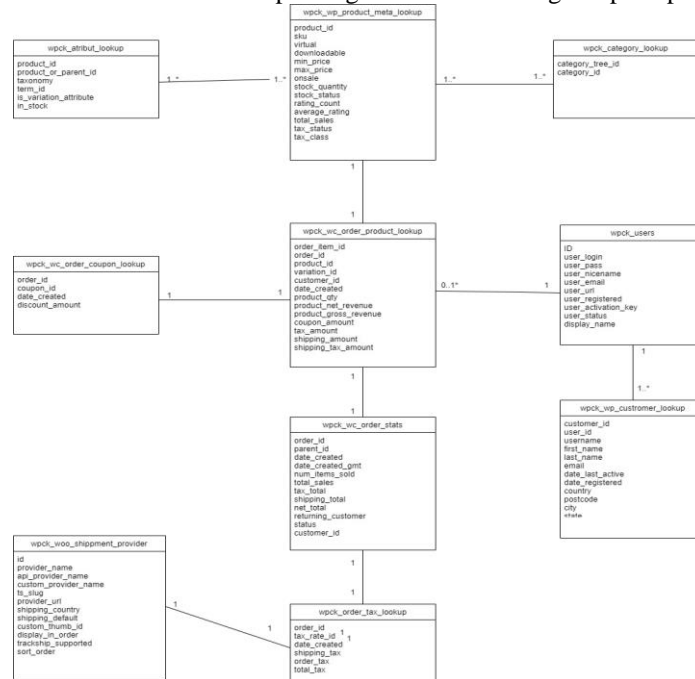
Gambar 8 menampilkan Use case Laporan dalam penelitian ini, yang terdiri dari actor admin dan pemilik.



Gambar 8. Use Case Diagram Laporan

3.6 Class Diagram

Class diagram menggambarkan struktur sistem data yang terintegrasi dan diorganisasi untuk membangun sistem sesuai kebutuhan. Gambar 9 berikut merupakan gambaran class diagram pada penelitian ini.



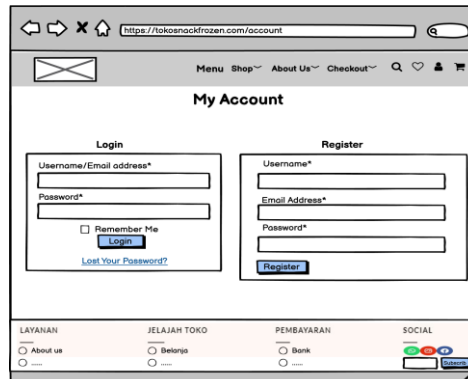
Gambar 9. Use Case Diagram Laporan

- a. *Wpck_wc_product_meta_lookup* : untuk melihat detail produk.
- b. *Wpck_Order_product_lookup* : untuk melihat detail pesanan.
- c. *Wpck_wc_Order_Stats* : untuk melihat status pemesanan
- d. *Wpck_Users* : untuk melihat detail pengguna.
- e. *Wpck-Shipping_provider* : untuk melihat detail pengiriman
- f. *Wpck_orders_tax_lookup* : untuk melihat detail pembayaran.
- g. *Wpck_customer_lookup* : untuk melihat detail pelanggan
- h. *Wpck_orders_Coupon_lookup* : untuk melihat detail *coupon*
- i. *Wpck_product_atribut_lookup* : untuk melihat detail atribut
- j. *Wpck_category_lookup* : untuk melihat detail kategori

3.7 Rancangan Layar

a. Rancangan Layar *Login/Register*

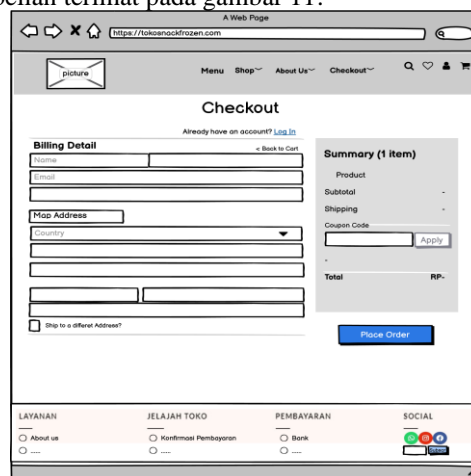
Pada halaman ini menampilkan gambaran *form login* atau *register* pelanggan yang dapat dilihat pada gambar 10:



Gambar 10. Rancangan Layar Login/Register

b. Rancangan Layar *Front-End Checkout*

Pada halaman ini merupakan gambaran halaman *Checkout* pelanggan, terdapat informasi *form* pemesanan dan pengiriman serta rincian pembelian terlihat pada gambar 11:



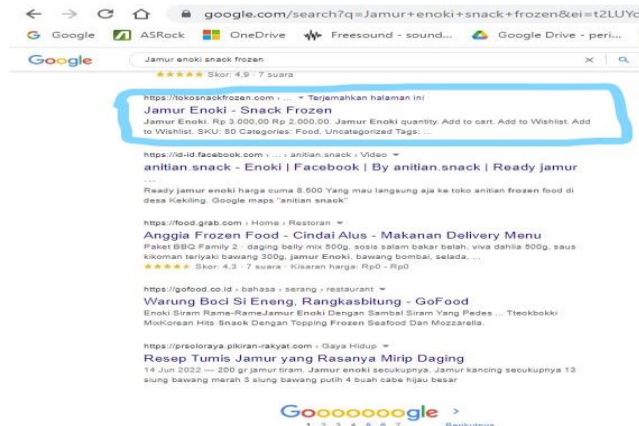
Gambar 11. Rancangan Layar *Front-End Checkout*

3.8 Hasil Implementasi Strategi SEO

SEO (*Search Engine Optimization*) adalah serangkaian proses yang dilakukan secara sistematis untuk meningkatkan *traffic website* dan menggunakan mekanisme perilaku atau algoritma mesin pencari untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas lalu lintas dari mesin pencari ke situs web tertentu. Kata kunci memiliki peran penting dalam optimasi SEO. Berikut ini beberapa hasil implementasi teknik optimasi SEO *on page* pada *website* toko.

a. Hasil Penerapan Strategi SEO

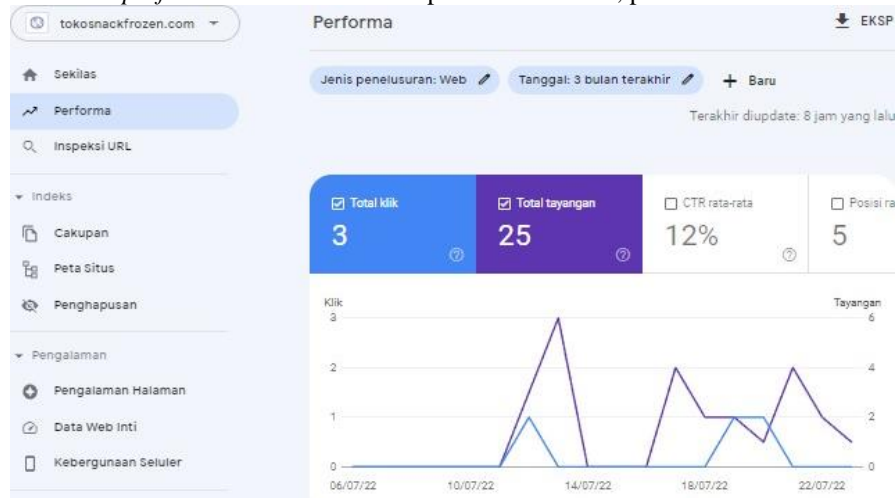
Berikut merupakan hasil dari penggunaan strategi SEO yang sudah diimplementasikan pada penelitian ini, produk toko muncul di halaman pertama *google*. Berikut hasil strategi SEO dilakukan pada 15 Juli 2022, pukul 18.00 WIB.



Gambar 13. Hasil Penerapan Strategi SEO Produk

b. Hasil Pengujian Kinerja Website Dengan Google Search Consol

Berikut merupakan hasil pengujian dari penggunaan strategi *google search consol* yang diimplementasikan pada *website*. Berikut *performa website* dilakukan pada 22 Juli 2022, pukul 12.00 WIB.



Gambar 14. Hasil Pengujian Kinerja Website

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan terhadap penelitian pada Toko Mamam Snack Frozen dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- Dengan implementasi *E-Commerce* berbasis *Content Management System* pada Toko Mamam Snack Frozen di harapkan sistem penjualan akan lebih efisien dan optimal dalam menginformasikan, mengupdate produk terbaru, dan mempermudah pelanggan untuk mendapatkan informasi terkait produk yang lebih spesifik.
- Adanya *website e-commerce* akan mempercepat proses bisnis penjualan dan dapat membantu menjelaskan informasi detail produk ke pelanggan.
- Dengan adanya laporan pesanan pelanggan menggunakan penjualan berbasis *website* dan sosial media toko di harapkan dapat membantu memperluas pemasaran atau *marketing* toko dalam menjangkau calon pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E.Y. Anggraeni dan Irviani R. *Pengantar Sistem Informasi*. Ed. 1., Erang Ristanto, Yogyakarta: Andi, 2017.
- [2] Rintho, Rante Rerung., *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Ed. 1., Yogyakarta: CV Budi Utama, 2017.
- [3] Dewi, Gemala, Wiryaningsih, Yeni Salma Bartinti, *Hukum perikatan Islam di Indonesia*, Ed. 1., Depok: PT Prenadamedia Group, pp.180.A, 2018.
- [4] Mahir Pradana, “Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia”, *Jurnal Neo-Bis*, vol. 9, no. 2, 2017.
- [5] S. Handayani, “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta”, *ILKOM Jurnal Ilmiah*, vol. 10, no. 2, pp. 182–189, 2018.
- [6] Diki Susandi dan Sukisno, “Sistem Penjualan Berbasis E-Commerce Menggunakan Metode Objek Oriented Pada Distro Dlapak Street Wear”, *Jurnal Sistem Informasi*, Vol. 4, pp. 5, 2017.
- [7] Yenny Yurike, “Analisis *Business Model Canvas* Pada Ud Diamond Motor”, *Jurnal agara*, Vol. 6(2), pp.1-5, 2018.
- [8] Fifin Sonata dan Vina Winda Sari, “Pemanfaatan UML (Unified Modeling Language) Dalam Perancangan Sistem Informasi E-Commerce Jenis Customer-To-Customer”, *Jurnal Komunika*, Vol. 8, pp. 22-28, 2019.
- [9] Jayanti, Ni Ketut Dewi Ari dan Sumiari, Ni Kadek, “*Teori Basis Data*”, 1st ed., Erang Ristanto, Yogyakarta : Penerbit Andi, 2018.
- [10] Tituk Utari, “Pengembangan Search Engine Optimization (SEO) pada Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM “, *International Journal of Demos*, Vol. 4, pp. 677-685. 2022.