

Implementasi *E-Commerce* Berbasis *Content Management System (CMS)* untuk Meningkatkan Penjualan pada Toko *Abiie Frozen Food*

Raihan Maliki Arrafli^{1*}, Lauw Li Hin²

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

Email: malikiraihan105@gmail.com^{1*}, lauw.lihin@budiluhur.ac.id²

(* : corresponding author)

Abstrak- *Abiie Frozen Food* adalah sebuah toko yang menjual berbagai varian makanan beku yang lengkap mulai dari sosis, *chicken nugget*, bakso, kentang, pisang coklat dan masih banyak yang lainnya. Toko ini menginginkan keuntungan yang lebih maksimal, tetapi permasalahan yang terjadi pada *Abiie Frozen Food* yaitu masih kurangnya pemasaran yang dilakukan dan penjualan masih dilakukan secara konvensional dengan datang langsung yang mengakibatkan produk yang dijual belum dikenal oleh masyarakat sehingga pemasarannya pun menjadi sangat terbatas. Untuk itulah dibutuhkan sebuah *website E-Commerce* yang mampu memberikan informasi lebih *detail* dan lebih banyak melakukan promosi serta dapat melakukan penjualan secara *online*. *Website* yang dibuat akan menggunakan *Content Management System (CMS)* serta menggunakan *plugin-plugin* pendukung lainnya. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah menggunakan wawancara, pengamatan, analisa dokumen dan studi literatur. Metode yang akan digunakan yaitu *Business Model Canvas (BMC)*, dengan tujuan untuk mempercepat dalam melakukan analisa bisnis yang ada pada toko *abiie frozen food*. Untuk menganalisa desain sistem akan menggunakan *activity diagram*, *use case diagram*, *class diagram*, *system sequence diagram*. Penulis berharap dengan dibuatnya rancangan *E-Commerce* ini dapat meningkatkan penjualan secara *online* dan dapat memperkenalkan produk ke ruang lingkup yang lebih luas.

Kata Kunci: *e-commerce, content management system, frozen food, website*

Implementation of E-Commerce Based on Content Management System (CMS) to Increase Sales at Abiie Frozen Food Store

Abstract- *Abiie Frozen Food* is a shop that sells a complete variety of frozen foods ranging from sausages, chicken nuggets, meatballs, potatoes, chocolate bananas and many others. This store wants maximum profit, the problem that occurs in *Abiie Frozen Food* is that there is still a lack of promotion and sales are still done conventionally by coming directly to the store. For that we need an *E-Commerce website* that is able to provide more detailed information and offer more promotions and can make sales online. The website created will use a *Content Management System (CMS)* and use other supporting plugins. Data collection techniques carried out by researchers are using interviews, observations, document analysis and literature studies. The method that will be used is the *Business Model Canvas (BMC)*, with the aim of conducting business analysis in the *abiie frozen food store*. To analyze the system design that will use *activity diagrams*, *use case diagrams*, *class diagrams*, *system sequence diagrams*. The author hopes that this *E-Commerce* design can increase online sales and can introduce products to a wider scope.

Keywords: *e-commerce, content management system, frozen food, website*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis makanan beku atau *frozen food* pada saat ini berkembang dengan pesat dikarenakan perkembangan dari teknologi informasi yang membuat banyak toko-toko membangun website penjualan yang berguna untuk meningkatkan penjualan serta menjangkau pelanggan secara lebih luas.

Abiie Frozen Food bergerak dalam penjualan makanan beku, sejauh ini sistem yang digunakan dalam pemasaran produk hanya melalui status WhatsApp saja, dikarenakan belum memiliki website yang didalamnya terdapat sistem pemesanan secara online, sehingga pelanggan yang mengetahui produk-produk *Abiie Frozen Food* hanya sebatas tetangga dan teman-teman di WhatsApp, dan belum memiliki laporan penjualan.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi maka diperlukan sebuah *website* berbasis *E-Commerce* pada toko *Abiie Frozen Food* dengan dibuatkannya *website* tersebut dapat meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan pemasaran, dan memberikan kemudahan akses informasi produk kepada calon pelanggan.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memaksimalkan pemasaran produk-produk yang dijual pada toko *abiie frozen food* serta untuk meningkatkan jangkauan pelanggan yang lebih luas sehingga akan meningkatkan penjualan produk *frozen food* pada toko *abiie frozen*.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan Nisa dan Samsinar [1], merancang sistem penjualan berbasis *E-commerce* dengan menggunakan metode *Business Model Canvas* untuk menganalisa permasalahan yang bertujuan untuk meningkatkan strategi penjualan serta pemasaran. Menurut penelitian yang dilakukan Hamdani

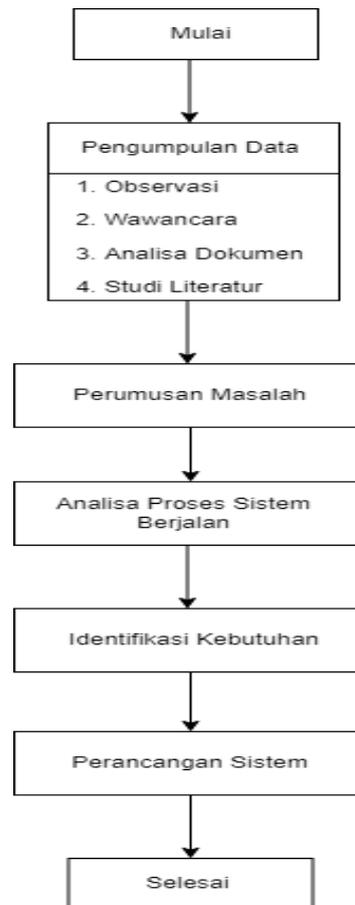
dan Himawan [2], implementasi *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan produk pakaian dengan menggunakan CMS, SEO, dan strategi marketing 4P dengan menggunakan *Business Model Canvas* untuk menganalisa model bisnis.

Content Management System (CMS) merupakan suatu perangkat lunak yang digunakan untuk mengelola content yang dimaksud dengan content adalah semua bentuk informasi digital, yang berupa file citra, audio, video, teks dan file komputer lainnya[3]. *Website* diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi berupa data teks, data gambar diam atau bergerak, data animasi, suara, video dan gabungan dari semuanya baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk sebuah rangkaian bangunan yang saling berkaitan dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman [4].

2. METODE PENELITIAN

2.1 Langkah penelitian

Dibawah ini merupakan langkah-langkah penelitian yang digunakan,yaitu :



Gambar 1. Langkah Penelitian

Penjelasan pada tahapan-tahapan penelitian sebagai berikut :

- a. Pengumpulan Data,
 1. Observasi, merupakan sebuah proses mengumpulkan data yang dilakukan secara langsung berguna untuk mendapat kesimpulan dari seluruh kegiatan bisnis yang berlangsung.
 2. Wawancara, yaitu bertujuan untuk mencari informasi.
 3. Analisa Dokumen, yaitu bertujuan menganalisa sebuah dokumen untuk pendukung pembuatan sistem.
 4. Studi Literatur, proses untuk mencari sebuah referensi yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti.
- b. Perumusan Masalah, yaitu sebuah penjelasan dari rincian masalah dan batasan masalah yang telah terjadi.
- c. Analisa Proses Sistem Berjalan, membahas alur dari sebuah proses bisnis berjalan dan model bisnis yang sudah dilakukan, dan menjelaskan kedalam bentuk *Business Model Canvas* dan *Activity Diagram*.
- d. Identifikasi Kebutuhan, kebutuhan dapat diidentifikasi jika sudah dilakukan proses analisa sistem berjalan , identifikasi dapat digambarkan dalam bentuk *Use Case Diagram* dan *Use Case Deskripsi*.

e. Perancangan Sistem

Pada tahapan perancangan sistem, tools yang digunakan sebagai berikut:

1. *Class Diagram*, berguna untuk menggambarkan bentuk sebuah sistem.
2. *System Sequence Diagram*, digunakan untuk diagram yang menggambarkan interaksi *user* dengan sistem secara sekuensial (berurutan) [5].
3. Rancangan Layar, bentuk tampilan sebuah *website* yang berfungsi untuk menjelaskan bagaimana penggunaannya.
4. *Interaction Flow Modelling language (IFML)*, merupakan suatu bahasa pemodelan yang terinspirasi oleh WebML serta mewakili proses generalisasi dari suatu domain untuk penggunaan aplikasi generic pemodelan *front-end* [6].
5. *Component Diagram*, digunakan untuk mendeskripsikan hubungan antar komponen.

2.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

- a. Wawancara, metode pengumpulan data ini dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada pemilik yang berhubungan dengan pembuatan sistem *e-commerce*.
- b. Pengamatan, pada proses pengamatan pengumpulan data dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung terhadap objek dari penelitian.
- c. Analisa Dokumen, yaitu sebuah metode yang dilakukan untuk mendapatkan data yang sesuai dengan dokumen yang berkaitan dengan objek yang diteliti.
- d. Studi Literatur, sebuah metode penulis gunakan untuk mendapatlan sebuah referensi yang terdapat dalam buku dan jurnal yang sesuai dengan masalah yang sedang diteliti.

2.3 Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang telah digunakan penulis sebagai berikut:

- a. Analisa Sistem, pada tahapan ini bertujuan untuk menganalisa sistem yang berjalan yaitu dengan mempelajari dan mengetahui apa saja yang akan dilakukan oleh sistem untuk mengidentifikasi berdasarkan keperluan, *tools* yang akan digunakan yaitu *activity diagram* dan *use case diagram*.
- b. Analisa Masalah, pada tahapan ini penulis mempelajari permasalahan yang ada pada user dengan membuat rancangan permasalahan yang terjadi dengan menggunakan *tools fishbone diagram*.
- c. Tahap perancangan sistem, pada tahapan ini penulis merancang sebuah sistem secara terperinci berdasarkan dari hasil analisa sistem yang telah dibuat, sehingga mendapatkan sebuah model sistem baru yang diusulkan, alat yang digunakan dalam melakukan perancangan sistem adalah *class diagram*, *system sequence diagram*, dan rancangan layar.

2.4 Metode Yang digunakan

Metode yang digunakan penulis yaitu *Business Model Canvas*, Pada metode *Business Model Canvas* ini menggunakan sebuah strategi dalam manajemen yang berupa *visual chart* terdiri dari 9 elemen. Dengan adanya *Business model canvas* ini akan memudahkan toko *abiie frozen food* dalam mengatur strategi bisnis yang akan dijalankan untuk kedepannya agar menjadi lebih baik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 *Business Model Canvas*

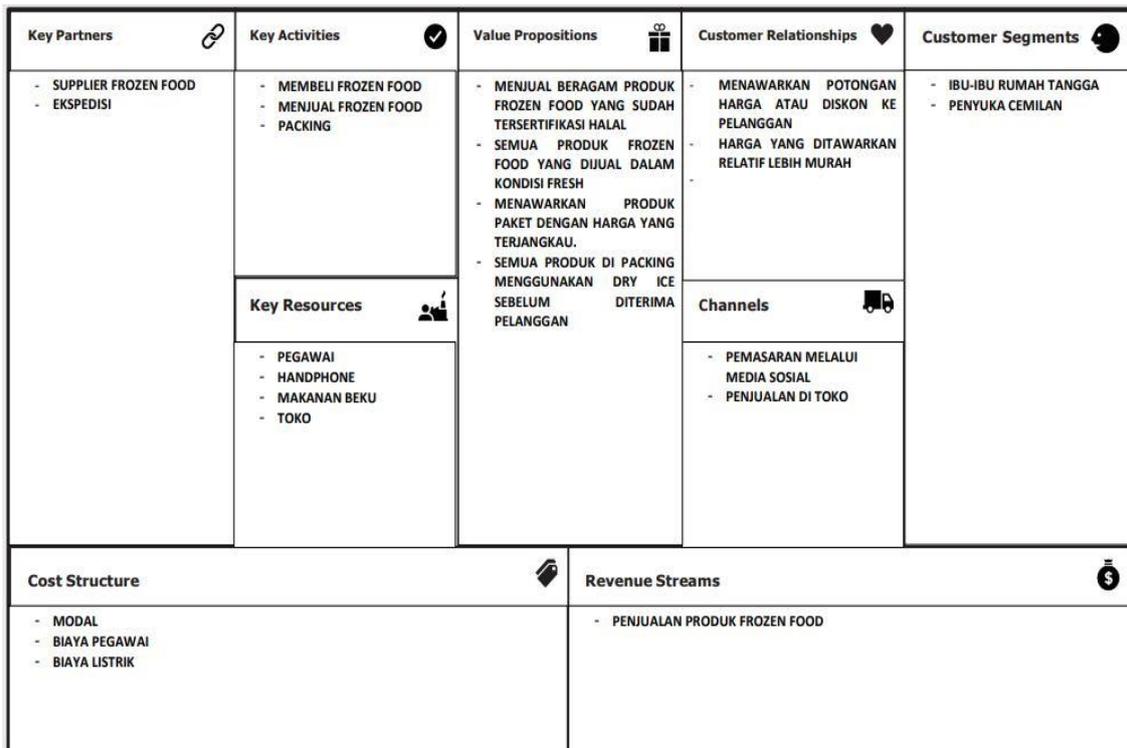
Business Model Canvas termasuk metode yang paling banyak digunakan perusahaan dalam mencari model bisnis yang berskala kecil, menguntungkan, dan berulang [7]. Berikut merupakan penjelasan *Business Model Canvas* pada toko *Abiie Frozen Food*.

a. *Customer Segments*

Customer Segments pada toko *Abiie Frozen Food* yaitu ibu rumah tangga dan penyuka cemilan.

b. *Value Propositions*

Value Propositions yang ditawarkan pada toko *Abiie Frozen Food* adalah toko yang menjual beragam pilihan produk *frozen food*, harga produk yang dijual lebih murah dari toko *frozen food* yang lain, pelayanan yang ramah membuat pelanggan nyaman untuk berbelanja.



Gambar 2. Business Model Canvas

c. Channel

Channel pada toko Abiie Frozen Food menggunakan media sosial WhatsApp untuk menawarkan produk kepada pelanggan dan melakukan penjualan langsung di toko.

d. Customer Relationship

Customer Relationship pada toko Abiie Frozen Food yaitu dengan memberikan promosi berupa potongan harga atau diskon kepada pelanggan serta menawarkan promo produk bundling.

e. Revenue Streams

Revenue Streams merupakan sumber pendapatan toko Abiie Frozen Food yang dihasilkan dari menjual produk frozen food.

f. Key Resources

Makanan beku merupakan sumber daya yang sangat penting pada toko Abiie Frozen Food, ditambah dengan adanya pegawai yang memberikan pelayanan kepada pelanggan serta adanya handphone yang digunakan sebagai alat komunikasi dengan pelanggan serta alat untuk mempromosikan produk-produk frozen food dan toko tempat untuk melakukan proses jual dan beli.

g. Key Activities

Key Activities pada toko Abiie Frozen Food yaitu membeli berbagai macam produk frozen food, menjual produk-produk frozen food dan packing.

h. Key Partnerships

Key Partnerships pada toko Abiie Frozen Food yaitu supplier yang menjual produk frozen food dan ekspedisi pengiriman seperti J&T, untuk melakukan pengiriman produk frozen food sampai kepada pelanggan baik dalam kota maupun di luar kota.

i. Cost Structure

Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk membeli produk-produk makanan beku serta membayar gaji karyawan dan membayar listrik toko

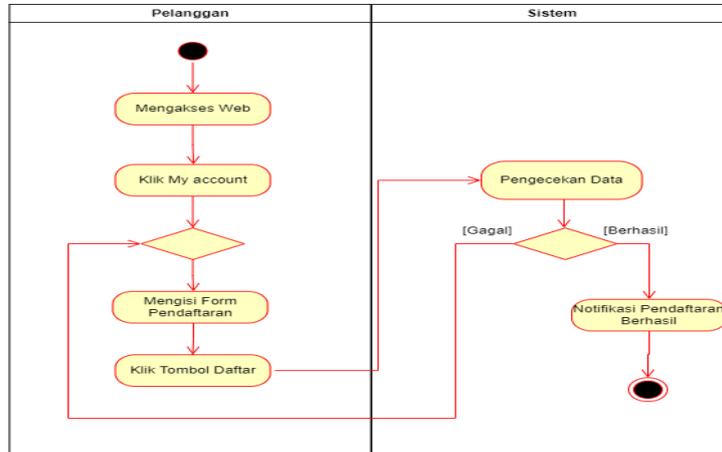
3.2 Proses Bisnis Sistem Usulan

Setelah penulis melakukan analisa sistem yang berlangsung pada toko Abiie Frozen Food, dapat diketahui bahwa sistem yang berjalan dilakukan masih secara manual. Penulis menyarankan untuk menggunakan sistem e-commerce yang dapat digunakan untuk melakukan otomisasi prosedur pada proses bisnis dan operasi secara rutin yang diubah menjadi virtual sehingga dapat meningkatkan efisiensi dalam proses bisnis [8].

Berikut adalah rancangan sistem usulan yang dijabarkan dengan penjelasan dan activity diagram.

a. Proses Pendaftaran Sistem Usulan

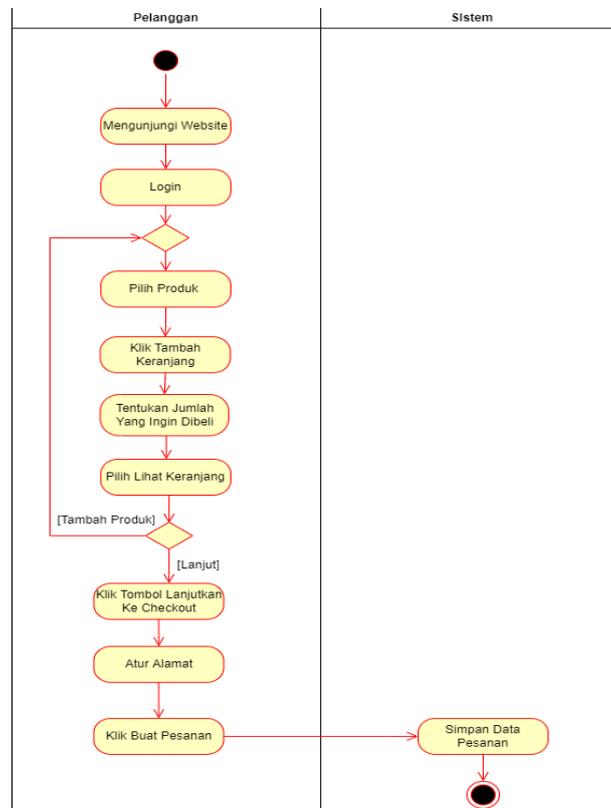
Pelanggan mengakses web *Abiie Frozen Food*, selanjutnya klik My account dan mengisi form pendaftaran, setelah selesai di isi pilih tombol daftar dan sistem akan mengecek proses registrasi. Jika ada data yang belum diisi, sistem akan memberikan notifikasi bahwa pendaftaran tidak berhasil dan harus mengisi kembali form pendaftaran, jika data yang diisi lengkap sistem akan memberikan notifikasi bahwa proses pendaftaran telah berhasil



Gambar 3. AD Proses Bisnis Sistem Usulan Proses Pendaftaran

b. Proses Pemesanan Sistem Usulan

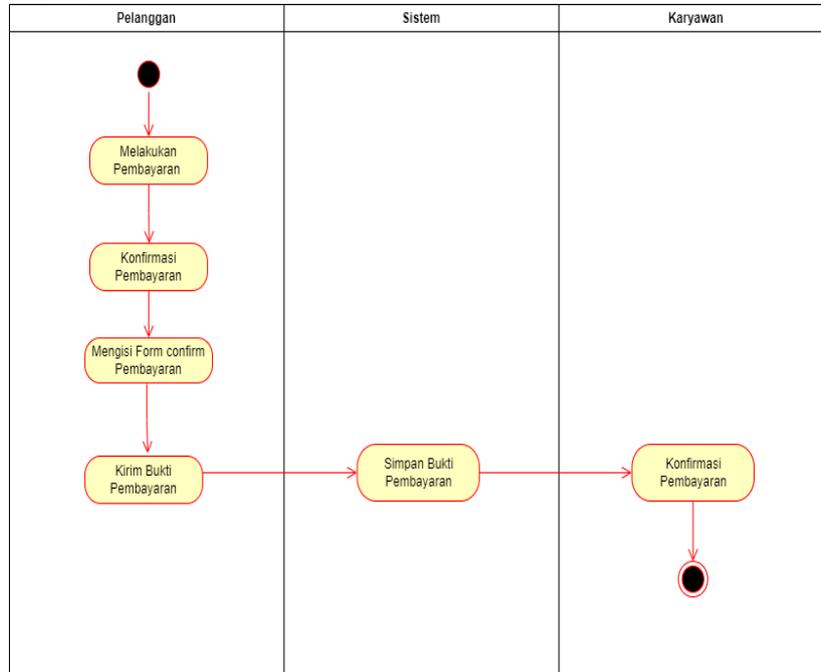
Pelanggan mengunjungi halaman *website Abiie Frozen Food*, selanjutnya pelanggan diharuskan untuk login menggunakan akun yang telah dibuat, setelah berhasil login pelanggan dapat memilih produk *frozen food* apa yang akan dibeli, klik tambah keranjang dan tentukan berapa banyak produk yang ingin dibeli. Selanjutnya pilih lihat keranjang dan klik tombol lanjutkan ke checkout, atur alamat pengiriman dan klik buat pesanan. Setelah pelanggan berhasil membuat pesanan, produk yang dibeli akan masuk kedalam daftar transaksi pesanan.



Gambar 4. AD Proses Bisnis Sistem Usulan Proses Pemesanan

c. Proses Pembayaran Sistem Usulan

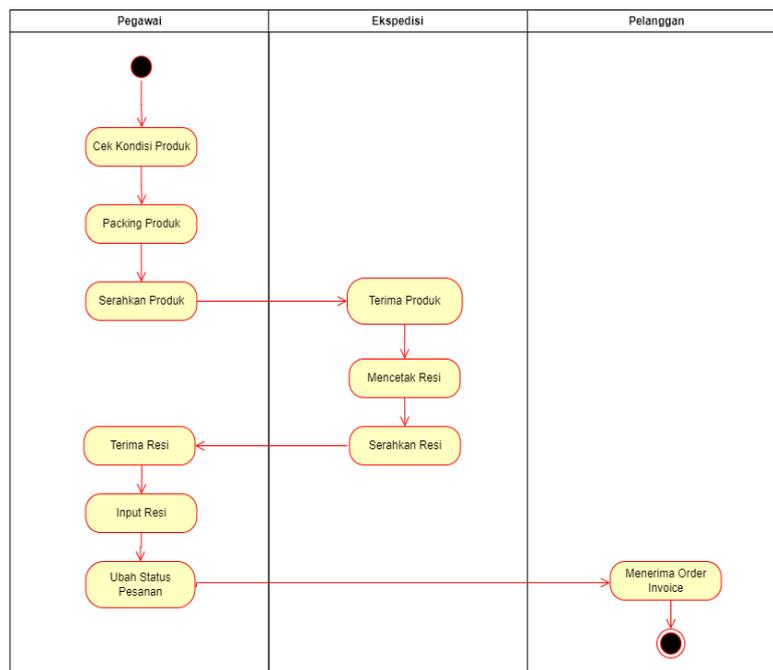
Pelanggan akan melakukan pembayaran sesuai bank yang tersedia pada toko *Abiie Frozen Food*, selanjutnya pelanggan memilih menu konfirmasi pembayaran, setelah mengkonfirmasi pembayaran pelanggan akan mengisi *form confirm payment* serta mengirim bukti transaksi. Selanjutnya sistem menyimpan bukti pembayaran, Setelah pembayaran sudah diterima maka karyawan toko akan mengkonfirmasi pembayaran dan mempersiapkan pesanan.



Gambar 5. AD Proses Bisnis Sistem Usulan Proses Pembayaran

d. Proses Pengiriman Sistem Usulan

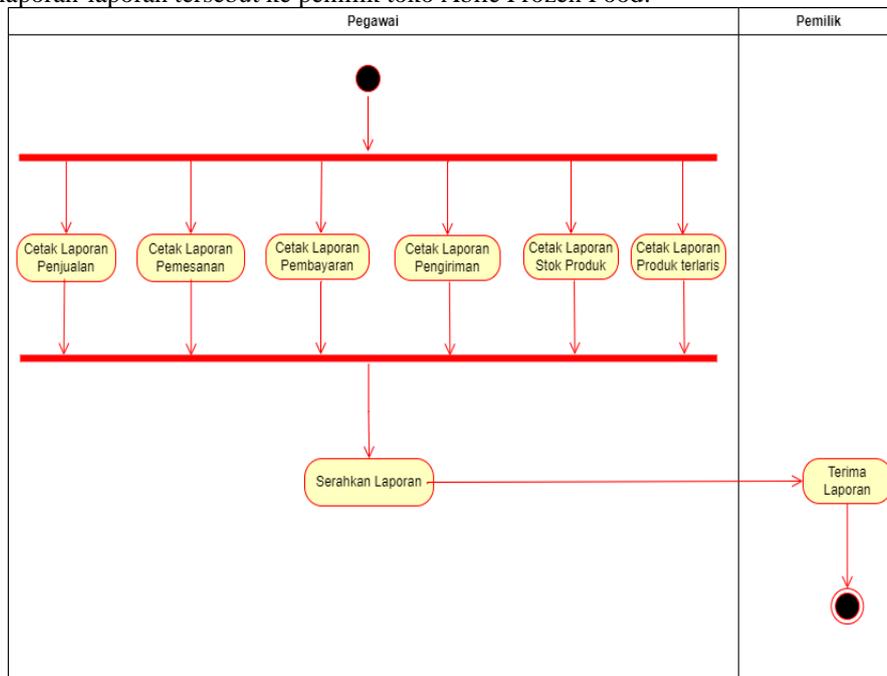
Pegawai mengecek kondisi produk yang dipesan pelanggan, setelah selesai melakukan pengecekan produk pegawai melakukan packing produk. Setelah selesai melakukan packing pegawai menyerahkan produk ke pihak ekspedisi, setelah diserahkan maka akan mendapatkan resi pengiriman. Selanjutnya pegawai akan menginput resi pengiriman, resi pengiriman yang telah selesai di input akan masuk ke email pelanggan berupa order invoice.



Gambar 6. AD Proses Bisnis Sistem Usulan Proses Pengiriman

e. Proses Laporan Sistem Usulan

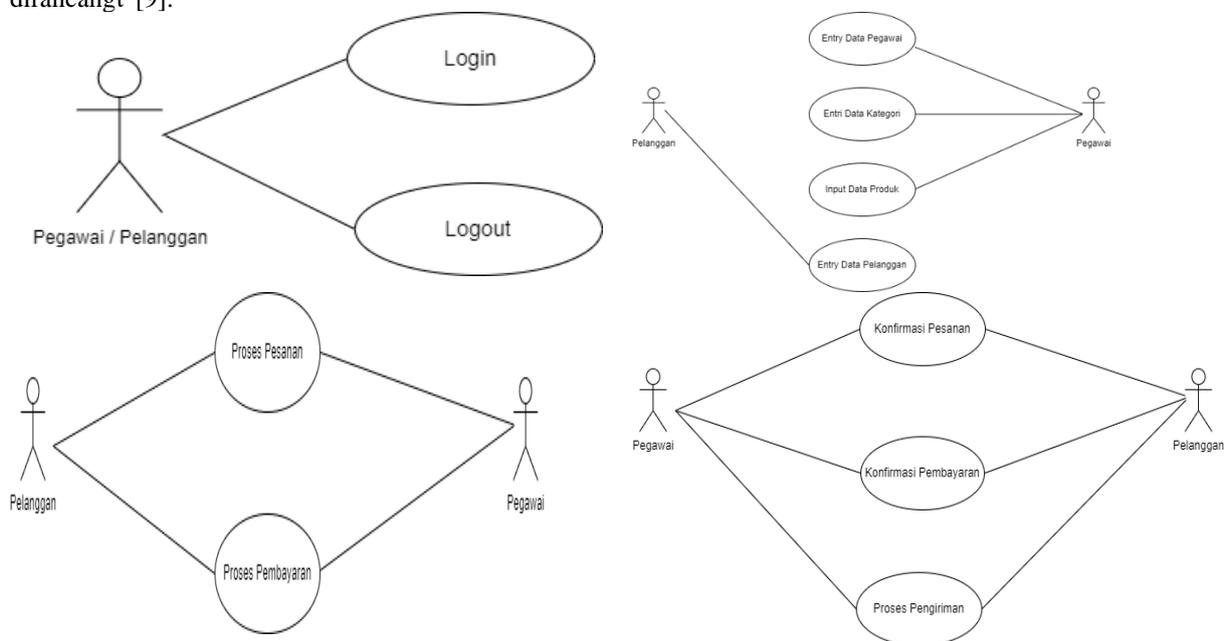
Dalam setiap bulan pegawai akan membuat laporan penjualan, laporan pemesanan, laporan pembayaran, laporan pengiriman, laporan stok produk dan laporan produk terlaris. Selanjutnya pegawai toko menyerahkan laporan-laporan tersebut ke pemilik toko Abiie Frozen Food.



Gambar 7. AD Proses Bisnis Sistem Usulan Proses Laporan

3.3 Use Case Diagram

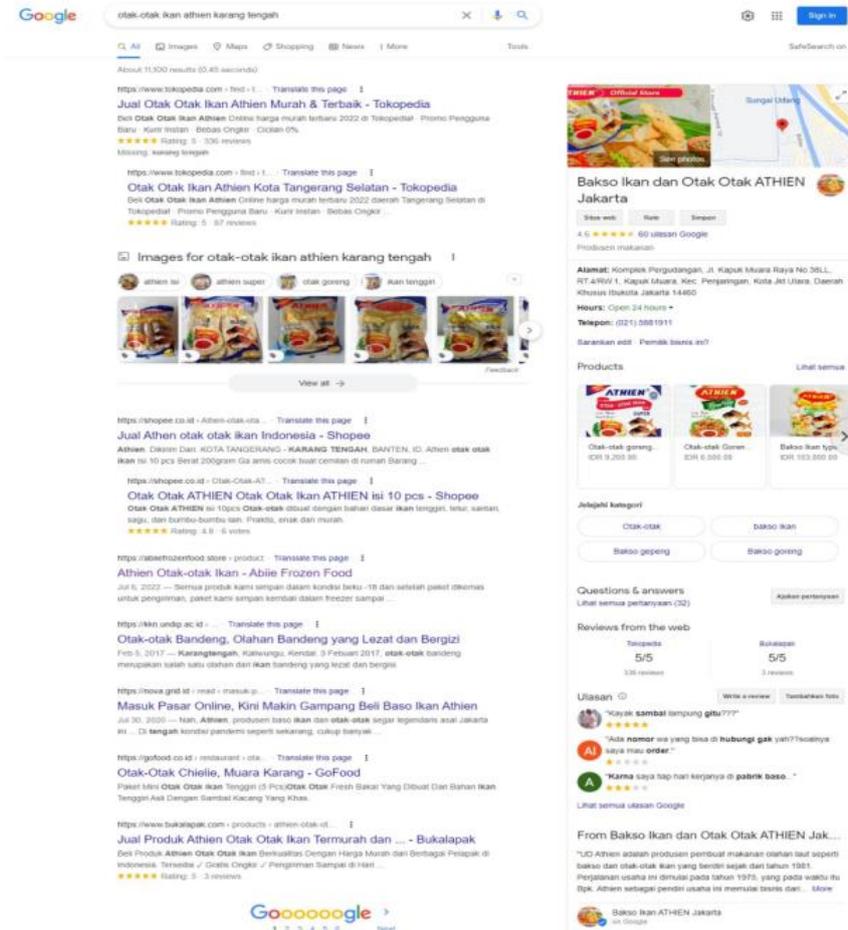
Use case diagram merupakan sebuah pemodelan untuk kelakuan (*behavior*) sistem informasi yang akan dirancang”[9].



Gambar 8. Use Case Diagram

3.4 Search Engine Optimization (SEO)

Search Engine Optimization merupakan upaya yang akan dilakukan agar sebuah *website* dapat dikenal dengan mudah oleh mesin pencari sehingga pengunjung *website* dapat meningkat [10]. Plugin SEO yang digunakan pada *website* Abiie Frozen Food adalah All in one SEO. Berikut merupakan strategi SEO yang digunakan di dalam penelitian ini:



Gambar 9. Search Engine Optimization

4. KESIMPULAN

Setelah peneliti mengidentifikasi permasalahan yang terjadi dan mencari sebuah jalan keluar dari permasalahan yang terjadi pada toko Abiie Frozen Food, dibawah ini merupakan kesimpulan yang dapat diambil yaitu :

- Diharapkan dengan adanya menu kategori produk, keranjang dan pembayaran yang ada pada *website* abiie frozen food maka proses penjualan akan lebih mudah dan menjadi lebih maksimal
- Diharapkan dengan adanya menu cetak laporan produk terlaris, maka akan memudahkan pegawai dan pemilik toko dalam mengetahui apa saja produk yang banyak diminati pelanggan.
- Diharapkan dengan adanya *website* abiie frozen food ini akan memberi kemudahan kepada pelanggan dalam berbelanja dimanapun dan kapanpun tanpa ada batasan tempat dan waktu.
- Diharapkan dengan adanya fitur testimoni, pelanggan menjadi lebih percaya dan tidak akan ragu untuk berbelanja di *website* abiie frozen food.

DAFTAR PUSTAKA

- Nisa, Z., & Samsinar, S, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Helm Dengan Business Model Canvas (BMC) Pada Toko Nevan Helmet Berbasis E-Commerce", *IDEALIS: InDonEsiA Journal Information System*, vol 3(1), 411–416, 2020.
- Hamdani, A. U., & Himawan, A, "Implementasi Model E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Pakaian Menggunakan Content Management System, Search Engine Optimization Dan Strategi Marketing 4P". *IDEALIS: InDonEsiA Journal Information System*, vol 3(2), 608–614, 2020.

- [3] Siambaton, M. Z., & Fakhriza, M, "Aplikasi Content Management System (CMS) Pada Joomla Untuk Membuat Web Service", *InfoTekJar (Jurnal Nasional Informatika Dan Teknologi Jaringan)*, vol 1(1), 11–13, 2016.
- [4] D. Puspita and S. Aminah, "Sistem Informasi Manajemen Kewirausahaan Pedesaan Berbasis Web Multimedia," *JUSIM (Jurnal Sist. Inf. Musirawas)*, vol. 03, no. 02, pp. 80–87, 2018.
- [5] Rachmat Destriana, M. K., Syepri Maulana Husain, S. K. M. T. I., Nurdiana Handayani, M. K., & Aditya Tegar Prahara Siswanto, S. K, (2021). "Diagram UML Dalam Membuat Aplikasi Android Firebase "Studi Kasus Aplikasi Bank Sampah"", Yogyakarta, Deepublish, 2021.
- [6] Alperdo, T. dwi, & Gata, G, "Implementasi E-Commerce Menggunakan Business Model Canvas Dan Ifml Pada Distro Mr Bro", *Jurnal IDEALIS*, vol 2(6), 369–376, 2019.
- [7] Ermaya, S. K., dan Darna, N, "Strategi pengembangan bisnis dengan pendekatan business model canvas (studi kasus: industri kecil kerupuk)", *Journal Business Management and Entrepreneurship*, vol 1(September), 201–218, 2019.
- [8] İşoraitè, M., & Miniotienè, N, "Electronic Commerce: Theory and Practice", *IJBE (Integrated Journal of Business and Economics)*,vol 2(2), 73, 2018.
- [9] Sukamto, R. A., & Shalahuddin, M , "Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek", Edisi Revisi, Bandung, Informatika Bandung, 2018.
- [10] Himawan, Arisantoso, & Saefullah, A, "Search Engine Optimization (SEO) Menggunakan Metode White Hat SEO Untuk Meningkatkan Peringkat dan Trafik Kunjungan Website". In Seminar Nasional Teknologi dan Informatika, 2017, pp. 783–790.