

## IMPLEMENTASI SISTEM *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN WORDPRESS PADA UMKM ARFICOLLECTION

Andri Maulana<sup>1\*</sup>, Wendi Usino<sup>2</sup>, Bullion Dragon Andah<sup>3</sup>, Humisar Hasugian<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, DKI Jakarta, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup>1812500294@student.budiluhur.ac.id, <sup>2</sup>wendi.usino@budiluhur.ac.id, <sup>3</sup>bullion.dragon@budiluhur.ac.id,  
<sup>4</sup>humisar.hasugian@budiluhur.ac.id  
(\* : corresponding author)

**Abstrak-** Perkembangan teknologi dalam era globalisasi saat ini mempengaruhi perubahan dalam bisnis. Arficollection, sebuah bisnis fashion, menghadapi beberapa masalah seperti kesulitan dalam menyelesaikan pemesanan dalam waktu singkat dan kerugian data pencatatan manual yang dapat mengakibatkan hilangnya informasi penting. Oleh karena itu, Arficollection memerlukan konsep bisnis *e-commerce* untuk mengatasi masalah-masalah tersebut. Bisnis *e-commerce* akan diimplementasikan melalui website berbasis *Content Management System* (CMS) yang dibangun menggunakan aplikasi WordPress. CMS memungkinkan pengguna untuk membuat, mengatur, dan mempublikasikan informasi tanpa memerlukan pengetahuan HTML. Tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melakukan analisis proses bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC), dan merancang website berbasis CMS dengan WordPress. Diharapkan, model bisnis *e-commerce* akan meningkatkan penjualan produk, mengurangi kesalahan pencatatan data, dan menghasilkan laporan penjualan secara sistematis. Sistem ini juga memudahkan pelanggan untuk melakukan pemesanan dan memperoleh informasi produk untuk proses pembelian yang lebih efisien.

**Kata Kunci:** *E-commerce*, CMS, *Business Model Canvas* (BMC)

### IMPLEMENTATION OF *E-COMMERCE* SYSTEM USING WORDPRESS AT ARFICOLLECTION SMEs

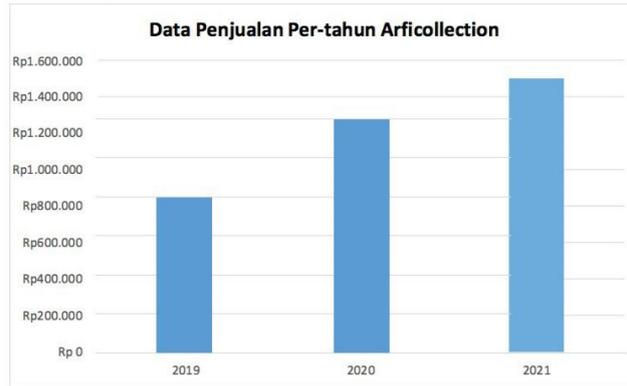
**Abstract-** The current era of globalization and digitalization has compelled businesses to adapt to new technologies that are constantly evolving. Arficollection, a fashion business, faces various challenges such as completing orders within a short time frame and losing important information due to errors in manual data recording. Therefore, Arficollection requires an *e-commerce* business concept to address these issues. The *e-commerce* business will be implemented through a website based on a *Content Management System* (CMS) built using the WordPress application. CMS enables users to create, organize, and publish information without requiring knowledge of HTML. The stages performed in this research include analyzing the business process using the *Business Model Canvas* (BMC) and designing a CMS-based website using WordPress. It is expected that the *e-commerce* business model will increase product sales, reduce data recording errors, and generate systematic sales reports. This system also facilitates customers to place orders and obtain product information for a more efficient purchasing process.

**Keywords:** *E-commerce*, CMS, *Business Model Canvas* (BMC)

## 1. PENDAHULUAN

*E-commerce* merupakan konsep umum yang digunakan untuk aktivitas jual beli barang melalui website. Selain itu, *E-commerce* juga dapat diartikan sebagai penggunaan jaringan komputer untuk meningkatkan kinerja organisasi, profitabilitas, pangsa pasar, layanan pelanggan, dan pengiriman produk yang lebih cepat. Dengan *E-commerce*, pengguna dapat melakukan penjualan, penelitian, dan lainnya [1]. Pengguna *E-commerce* dapat membeli barang tanpa harus pergi ke toko fisik, sehingga sangat menguntungkan bagi pembeli. Saat ini, semakin banyak *online shop* atau perusahaan yang menjual berbagai produk melalui media *E-commerce* dengan hanya membuat website. *E-commerce* dapat membantu mengurangi biaya administrasi dan waktu siklus proses bisnis serta meningkatkan hubungan dengan kedua mitra bisnis dan pelanggan [2].

Dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan ekonomi global yang pesat, perubahan pemasaran dan penjualan produk pada usaha kecil menengah menjadi tantangan di setiap sektornya [3]. Salah satu cara untuk mengatasi tantangan ini adalah dengan melakukan implementasi teknologi digital, salah satunya adalah *E-commerce*. Selain membantu dalam pemasaran produk, *E-commerce* juga diciptakan untuk membantu pengaturan stok barang yang diinginkan oleh pembeli [4]. Arficollection adalah bisnis yang menjual parfume. Berdasarkan gambar 1 dijelaskan bahwa data penjualan per tahun pada Arficollection memiliki lonjakan yang baik, Arficollection masih menggunakan sistem penjualan online. Oleh karena itu, penyesuaian teknologi harus dilakukan oleh Arficollection untuk menunjang aktivitas penjualan dan meningkatkan keuntungan bisnisnya.



Gambar 1. Data Penjualan Arficollecion

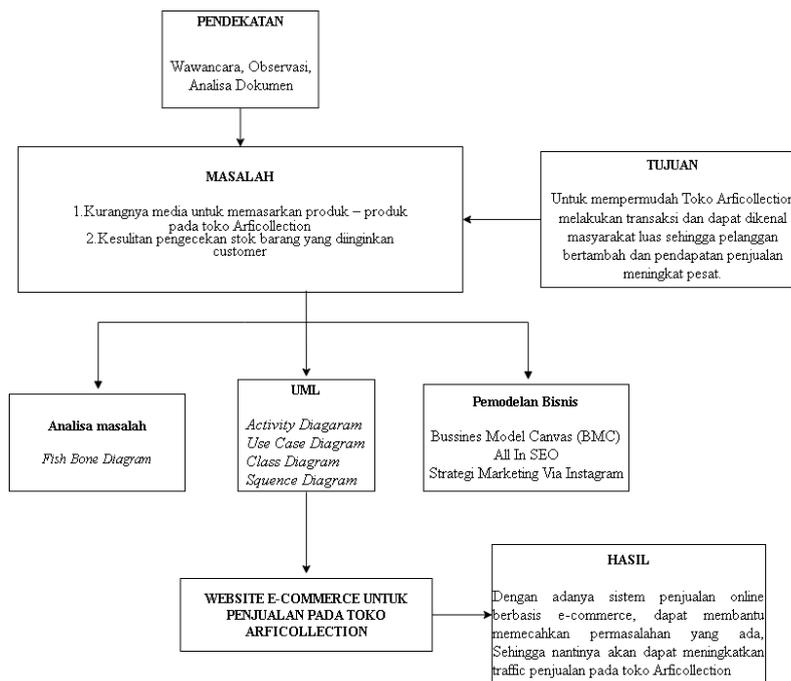
Tujuan dari penelitian ini yaitu melakukan implementasi *e-commerce* dengan menggunakan *wordpress* pada usaha kecil menengah Arficollecion. Diharapkan, dengan Melakukan implementasi *e-commerce* ini dapat memberikan kemudahan kepada *customer* yang ingin Melakukan transaksi belanja pada Arficollecion.

## 2. METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian kali ini, sebagai tata cara dalam pelaksanaan penelitian terlampir di bawah ini gambar yang menyajikan *methodologic* penelitian.

### 2.1. Metode Penelitian

Dalam Melakukan proses implementasi *E-Commerce* menggunakan *CMS Wordpress* ini menggunakan Bahasa pemrograman *HTML*, dan *PHP* yang menggunakan penyimpanan data *MySQL*. Proses Analisa diawali dengan menemukan masalah yang terdapat pada Arficollecion dengan cara wawancara kepada pemilik toko, lalu Melakukan observasi serta Analisa dokumen yang dimiliki Arficollecion. Setelah mendapatkan proses bisnis yang sedang berjalan, selanjutnya peneliti Melakukan pengusuan rancangan model untuk perbaikan proses bisnis dari Arficollecion. Pada proses nya, perancangan dilakukan dengan menggunakan *BMC* atau *Business Model Canvas* untuk identifikasi serta evaluasi model bisnis[5]. Selain itu dilakukan juga perancangan menggunakan *Unified Modeling Language* untuk memberikan penjelasan perubahan dan perbaikan proses bisnis usulan[6]. Setelah semua perancangan selesai, maka selanjutnya adalah Melakukan optimasi mengenai website yang telah dibuat dengan menggunakan *Search Engine Optimization* agar alamat *website* dari Arficollecion dapat mudah ditemukan dan dicari oleh pengguna. Pada Gambar 2 terdapat metode penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini.



Gambar 2. Metode Penelitian

## 2.2. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini melalui metode wawancara, observasi serta Analisa dokumen.

- Wawancara, metode ini dilakukan dengan Melakukan wawancara tatap muka langsung dengan narasumber. Wawancara dilakukan dengan pemilik toko Arficollecion untuk mendapatkan hal-hal yang berkaitan dengan implementasi sistem yang akan dilakukan[7].
- Observasi, Metode ini dilakukan oleh penulis dengan mengamati objek yang berkaitan dengan Toko Arficollecion
- Analisa Dokumen, metode ini dilakukan oleh penulis dengan menggumpulkan dokumen toko Arficollecion berupa catatan, nota, serta kwitansi yang ada di Toko Arficollecion.

## 2.3. Teknik Analisa Data

Teknik yang digunakan dalam Melakukan Analisa Data pada penelitian kali ini terdiri dari:

- Analisa Sistem, penulis Melakukan pengumpulan data berupa hasil wawancara, observasi dan Analisa dokumen yang akan dituangkan dalam berbagai chart dan grafik perancangan seperti Activity Diagram dan Use Case [8].
- Perancangan Sistem, dapat diartikan sebagai suatu produk dan menyelidiki keadaan yang sebenarnya dalam sebuah entitas atau guna mencari indikasi komponen dan unsur penting dalam membangun sebuah sistem. Perancangan sistem yang digunakan adalah class diagram, squence diagram, dan rancangan layar [9]
- Model Bisnis,Analisa yang dilakukan menggunakan BMC[10] yang bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisa dan mengembangkan medel bisnis pada Toko Arficollecion. Pada Bussiness Model Canvas(BMC) memiliki 9 komponen yang terdiri dari customer segments, value proposition, channels, key activities, key partnership, dan cost structure. Dengan Bussiness Model Canvas (BMC) pemilik usaha/bisnis pada Toko Arficollecion akan lebih mudah untuk menentukan strategi bisnis kedepannya.

## 2.4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini berisi analisis, hasil implementasi konsep *e-commerce* dengan menggunakan *wordpress* pada Arficollecion.

## 2.5. Business Model Canvas

*Business Model Canvas* (BMC) dapat diartikan sebagai alat yang berguna untuk memvisualisasi semua aspek yang diperlukan untuk mengembangkan *roadmap* bisnis, termasuk konsumen, alur ke market, juga terkait rencana keuangan. BMC merupakan salah satu strategi manajemen yang disusun dan digunakan untuk menjabarkan ide dan juga konsep bisnis ke dalam bentuk visual[10]. Secara sederhana, definisi *BMC* yaitu kerangka manajemen yang digunakan untuk mempermudah dalam melihat gambaran ide bisnis dan juga realisasinya secara cepat dan tepat. berikut adalah hasil dan penjelasan BMC pada Toko Arficollecion yang terlampir pada gambar 3.



Gambar 3. Business Model Canvas Arficollecion

**2.5.1. Value Proposition**

Berikut adalah nilai-nilai yang ditawarkan oleh Arficollecion dalam menjalankan bisnisnya yaitu tersedianya banyak varian wangi dari parfume yang dijual, pengiriman dapat dilakukan ke seluruh Indonesia, produk yang di jual masih dalam kondisi yang baru, harga yang terdapat pada produk tidak menguras kantong namun kualitas dari produknya premium.

**2.5.2. Customer Segments**

Berikut adalah *costumer segments* yang ditargetkan sebagai calon *customer* untuk Arficollecion yaitu remaja di usia antara 15 hingga 20 tahun dan dewasa di usia antara 21 hingga 30 tahun.

**2.5.3. Customer Relationship**

Berikut adalah cara Arficollecion untuk menjalin ikatan dengan calon *customer* yaitu memberikan rekomendasi kepada *customer* mengenai produk yang sedang laris di jual dan memberikan promosi berupa diskon pada beberapa produk.

**2.5.4. Channels**

Berikut adalah cara Arficollecion untuk menyampaikan produk sampai dengan *customer* yaitu dengan menjual langsung, memasarkan di media sosial, memasarkan di website serta *e-commerce*.

**2.5.5. Key Activities**

Berikut adalah cara Arficollecion untuk menjalin hubungan dengan pihak yang berkaitan untuk mendukung produktivitas bisnis kegiatan utama yaitu membeli produk dan perlengkapan, Melakukan penjualan produk, serta promosi produk.

**2.5.6. Key Resources**

Berikut adalah cara Arficollecion merencanakan sumber daya untuk mewujudkan keberhasilan dalam memproduksi produk yaitu modal, *platform* aplikasi, admin sosial media, serta karyawan yang bertugas untuk Melakukan pembungkusan barang.

**2.5.7. Key Partners**

Berikut adalah cara untuk menjalin kerjasama dalam menjalankan bisnis pada Arficollecion diantaranya toko parfume, jasa ekspedisi, *hosting* dan domain.

**2.5.8. Revenue Streams**

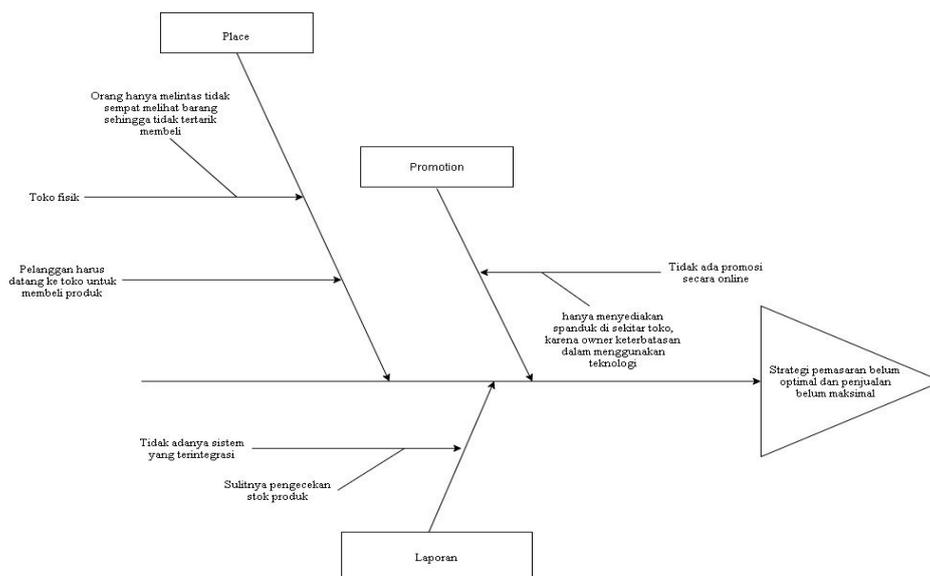
Berikut adalah sumber – sumber pendapatan yang ada pada Arficollecion selain dari penjualan yang berfokus pada *customer* yaitu penjualan produk secara *online*.

**2.5.9. Cost Structure**

Berikut adalah daftar struktur biaya yang dikeluarkan Arficollecion untuk menunjang dalam menjalankan bisnis nya yaitu biaya produksi barang serta sewa hosting dan domain.

**2.6. Fishbone Diagram**

Setelah mendapatkan detail *Business Model Canvas*, di bawah ini adalah fishbone diagram yang digunakan untuk membantu memecahkan suatu masalah di setiap lapisan hingga potensi akar penyebab yang berkontribusi pada efeknya [11]. Pada gambar 4 memberikan informasi mengenai Analisa *fishbone* diagram pada Arficollecion.



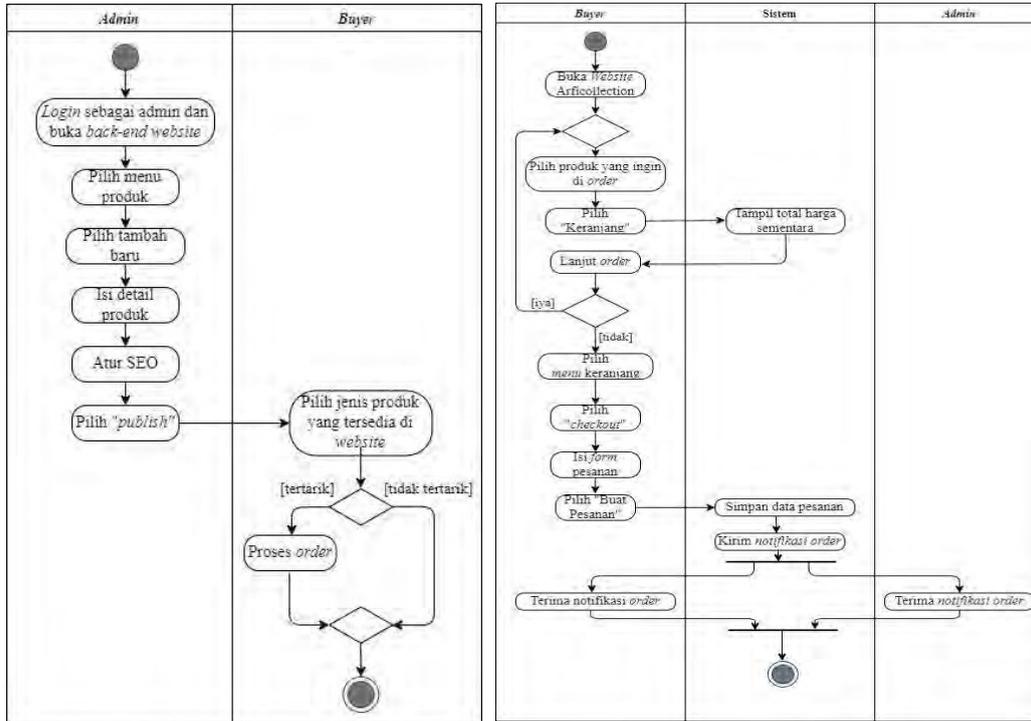
**Gambar 4.** Fishbone Analysis Diagram Arficollecion

## 2.7. UML Diagram

Selanjutnya adalah rancangan *Unified Modeling Language* pada Arficollection:

### 2.7.1. Activity Diagram

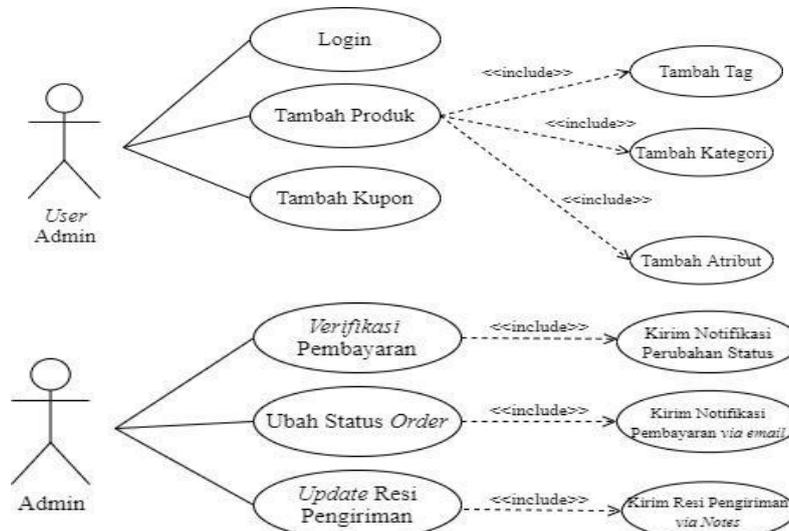
*Activity Diagram* adalah bentuk visual dari alur kerja yang berisi aktivitas dan Tindakan yang juga dapat berisi pilihan, atau pengulangan dalam *Unified Modeling Language* [12]. Pada gambar 5 merupakan rancangan *activity diagram* usulan untuk Arficollection.



Gambar 5. Activity Diagram Pemasaran Produk dan Pemesanan Produk Arficollection

### 3.3.1 Use Case Diagram

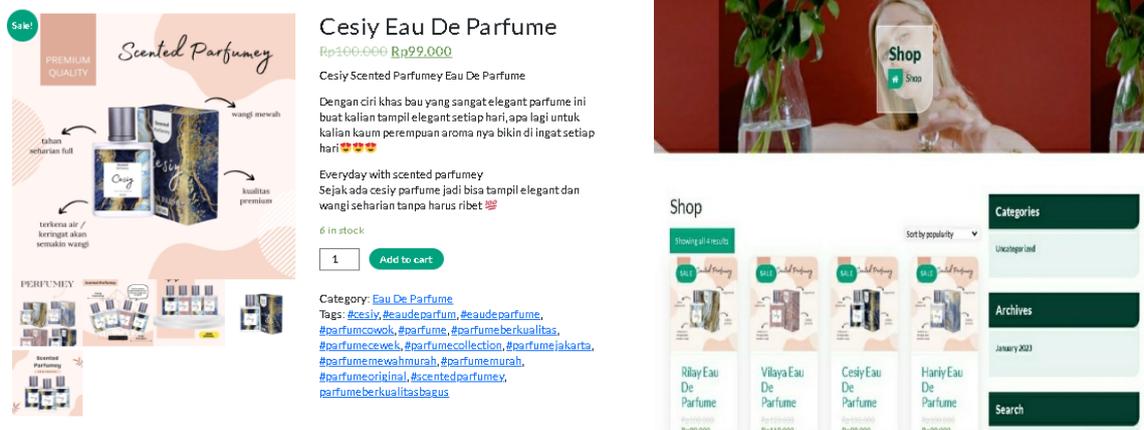
Sebuah diagram yang menjelaskan *actor*, *use cases*, dan *dependencies* sebuah proyek yang memiliki tujuan ialah untuk menjelaskan konsep hubungan antara sistem dengan dunia luar atau biasa disebut eksternal faktor. Contoh *use case* diagram untuk toko Arficollection tergambar pada gambar 6.



Gambar 6. Use case Diagram Master Admin dan Transaksi Pelanggan Arficollection

## 2.8. Tampilan Layar Hasil Implementasi

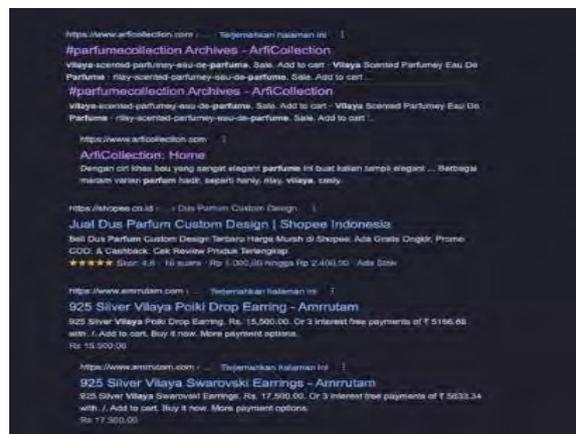
Rancangan layar yang menampilkan gambar untuk melihat produk arficollection terlampir pada gambar 7. Pada rancangan layar produk dan rancangan layar detail barang untuk menampilkan detail pesanan, menampilkan detail pesanan yang dibuat oleh pelanggan, di dalam layar ini pelanggan dapat dengan mudah mengecek stok produk.



Gambar 7. Rancangan Layar Website Arficollection

## 2.9. SEO

Judul SEO atau SEO title adalah pengganti nama produk yang akan ditampilkan sebagai judul pada saat melakukan pencarian pada mesin pencari [13]. Penggunaan SEO title ini sangat penting karena dapat mempercepat mesin pencari untuk dapat meng-index webiste. Pada Gambar 8 merupakan hasil dari penggunaan strategi SEO yang telah diimplementasikan pada penelitian ini:



Gambar 8. Rancangan Layar Website Arficollection

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dengan mempelajari masalah yang dihadapi Toko Arficollection; Dengan adanya *website* toko Arficollection, dapat memudahkan *customer* dalam pembelian produk di toko Arficollection, Dengan adanya *website* ini, dapat membantu meningkatkan sarana promosi dan sekaligus memperkenalkan toko ini ke masyarakat luas sehingga traffic penjualan bisa meningkat. Dengan adanya *website* ini, penjual dan pembeli dapat melihat jumlah stok barang yang tersisa.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. Adi, "E-Commerce: Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya," *Bandung: Informatika Bandung*, 2006.
- [2] O. Kartavianus and T. A. Napitupulu, "Determining factors on purchasing decision through e-commerce: A structural equations modelling framework," in *Procedia Engineering*, 2012, vol. 50, pp. 463–473. doi: 10.1016/j.proeng.2012.10.052.
- [3] W. Febriantoro, "Kajian dan strategi pendukung perkembangan e-commerce bagi UMKM Di Indonesia," *Jurnal Manajerial*, vol. 17, no. 2, p. 184, 2018.

- [4] Nur Aliem Halvaima, “Gaya Hidup Baru Masa Pandemi, Belanja Online Hidupkan Usaha E-Commerce di Perkotaan,” *posjakut.com*, Jakarta, pp. 1–3, Mar. 30, 2022. Accessed: Mar. 30, 2022. [Online]. Available: <https://jakartautara.pikiran-rakyat.com/gaya-hidup/pr-1763853420/gaya-hidup-baru-masa-pandemi-belanja-online-hidupkan-usaha-e-commerce-di-perkotaan>
- [5] A. C. Wibowo, M. R. Zahrandika, and I. Jayawardhana, “Workshop untuk Meningkatkan Keahlian HCTS dalam Membuat Virtual Event,” *GARUDA (Global Research on Tourism Development and Advancement)*, vol. 4, no. 2, pp. 141–171, 2022.
- [6] J. W. Satzinger, R. B. Jackson, and S. D. Burd, *Systems analysis and design in a changing world*. Cengage learning, 2015.
- [7] D. Sugiyono, “Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D,” 2013.
- [8] I. R. Munthe, B. H. Rambe, R. Pane, D. Irmayani, and M. Nasution, “UML Modeling and Black Box Testing Methods in the School Payment Information System,” *Jurnal Mantik*, vol. 4, no. 3, pp. 1634–1640, 2020.
- [9] Y. Sugiarti, “Analisis dan Perancangan UML (Unified Modeling Language) Generated VB. 6,” *Yogyakarta: Graha Ilmu*, 2013.
- [10] N. L. Alda and S. Wulandari, “LinkAja Business Models Strategy Development Using BMC Approaches,” *International Journal of Innovation in Enterprise System*, vol. 4, no. 02, pp. 46–59, 2020.
- [11] A. Fahsyah Nurzaman, R. Teresa Tedja, L. Kusuma, Y. Kurniawan, G. Bhutkar, and J. Johan, “LAISES–Learning AI Integrating System for Elementary Students,” in *Proceedings of the 5th International Conference on Graphics and Signal Processing*, 2021, pp. 65–71.
- [12] E. R. Akbar and H. Irawan, “Analisis dan Implementasi E-Commerce Menggunakan CMS Wordpress Pada Queenita Classic,” *IDEALIS: InDonEsiA journal Information System*, vol. 4, no. 1, pp. 107–116, 2021.