

PERANCANGAN *E-COMMERCE* PADA TOKO LUTTAN STORE BERBASIS *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM* (CMS)

Irman Saputra¹, Gandung Triyono^{2*}, Yudi Santoso³, Safitri Juanita⁴

^{1,2,3,4} Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, DKI Jakarta, Indonesia

Email: ¹1812501714@student.budiluhur.ac.id, ^{2*}gandung.triyono@budiluhur.ac.id, ³yudi.santoso@budiluhur.ac.id,

⁴safitri.juanita@budiluhur.ac.id

(* : *corresponding author*)

Abstrak- Luttanstore merupakan toko yang menjual pakaian wanita. Pada toko Luttanstore, masih banyak proses bisnis yang belum terdokumentasi dan pengolahan data masih menggunakan cara manual. Pada proses penjualan, Luttanstore hanya memanfaatkan media sosial seperti *instagram* dan *whatsapp* diantaranya pelanggan masih harus menghubungi penjual untuk mengetahui perkembangan stok, pelanggan kesulitan untuk mencari produk yang ingin dibeli, dan admin atau pemilik kesulitan untuk pembuatan laporan yang berkaitan dengan bisnis karena semua masih belum terkomputerisasi atau masih dilakukan dengan cara manual. Dari permasalahan yang ada penelitian ini bermaksud untuk model sistem penjualan berbasis web atau *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk membuat model *e-commerce* yang dapat mengatasi masalah yang ada. Model dikembangkan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMS). Model yang dikembangkan telah dilakukan proses optimasi dengan memanfaatkan *Search Engine Optimization* (SEO). Selain itu model yang dikembangkan telah dilakukan proses pengujian. Pengujian yang dilakukan dengan cara meminta pendapat kepada user, dari hasil pengujian yang dilakukan mendapatkan jawaban yang baik atas model yang dikembangkan. Adapun produk akhir dari penelitian ini adalah sebuah prototipe *e-commerce*.

Kata Kunci: *E-Commerce, Search Engine Optimization, Business Model Canvas, Content Management System.*

E-COMMERCE DESIGN AT LUTTAN STORE BASED ON CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS)

Abstract- Luttanstore is a shop that sells women's clothing. At the Luttanstore store, there are still many business processes that have not been documented and data processing still uses manual methods. In the sales process, Luttanstore only utilizes social media such as Instagram and WhatsApp, including customers still have to contact the seller to find out stock developments, customers have difficulty finding products they want to buy, and admins or owners have difficulty making reports related to business because everything is still not computerized or still done manually. From the existing problems this research intends to model a web-based sales system or *e-commerce*. This research aims to create an *e-commerce* model that can overcome existing problems. The model was developed using the *Business Model Canvas* (BMS) approach. The developed model has been optimized by utilizing *Search Engine Optimization* (SEO). In addition, the developed model has been tested. Testing is done by asking for opinions to users, from the results of the tests carried out to get a good answer to the model developed.

Keywords: *E-Commerce, Search Engine Optimization, Business Model Canvas, Content Management System*

1. PENDAHULUAN

E-Commerce merupakan penggunaan jaringan internet sebagai sarana penciptaan relasi bisnis. Proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua belah pihak melalui internet atau pertukaran dan distribusi informasi antar dua pihak di dalam satu perusahaan dengan menggunakan intranet. Pada saat ini *e-commerce* sudah menjadi komponen penting dalam proses penjualan pada berbagai bidang bisnis. Salah satunya adalah bisnis penjualan pakaian. Pada saat ini hampir sebagian besar proses penjualan pakaian telah memanfaatkan internet [1], salah satunya adalah toko Luttanstore. Luttanstore merupakan tempat usaha yang yang melajani penjualan *fashion*, khususnya pakaian wanita. Luttanstore didirikan oleh saudara Thahir Maulana Abdilah pada tahun 2018. Selama didirikan toko ini masih memiliki banyak masalah, salah satunya adalah kurangnya media promosi yang digunakan. Kurangnya media promosi ini menyebabkan sulitnya meningkatkan jumlah penjualan, oleh sebab itu diperlukan sebuah website yang dapat digunakan sebagai alat promosi.

Dari permasalahan yang ada, beberapa penelitian telah mencoba untuk menyelesaikan masalah yang ada. Penelitian yang dilakukan oleh [2] pada tahun 2019 melakukan penelitian untuk mendapatkan faktor utama apa saja yang berpengaruh pada proses penjualan pada perusahaan. Penelitian yang dilakukan menghasilkan model *e-commerce* yang dapat memudahkan perusahaan atau toko dalam proses penjualan produknya. Penelitian [3] melakukan penelitian dengan memanfaatkan BMC untuk mengembangkan model *e-commerce*. Tujuan dari

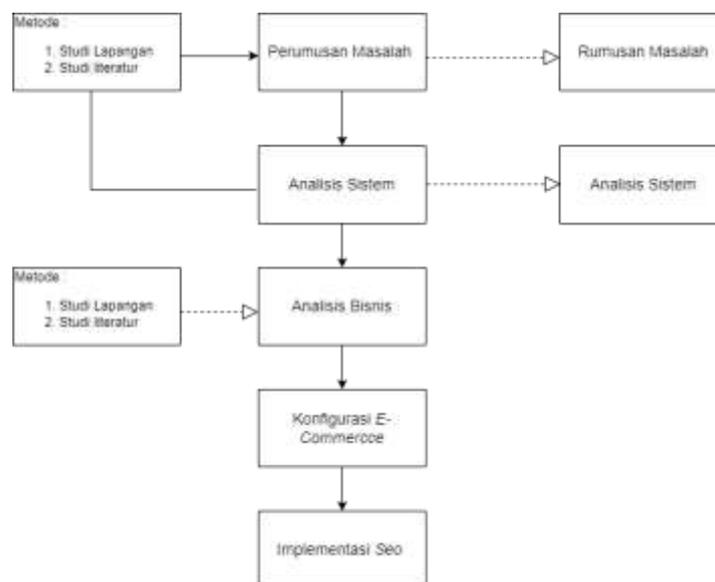
penelitian ini adalah untuk mempermudah dalam menentukan strategi bisnis ke depannya dan membantu dalam kelangsungan penjualannya. Penelitian oleh [4] pada tahun 2020 melakukan penelitian untuk mengembangkan model e-commerce. Dikembangkannya model e-commerce ini bertujuan untuk mempermudah dalam proses pencatatan transaksi yang ada. Dengan adanya pencatatan yang baik dapat mengurangi kesalahan-kesalahan yang seharusnya tidak terjadi. [5] pada tahun 2019 melakukan penelitian dengan memanfaatkan diagram fishbone, UML dan BMC. UML merupakan bahasa visual untuk pemodelan dan komunikasi mengenai sebuah sistem dengan menggunakan diagram dan teks-teks pendukung.

Serta BMC merupakan bahasa visual untuk pemodelan dan komunikasi mengenai sebuah sistem dengan menggunakan diagram dan teks-teks pendukung. Untuk proses perancangan model e-commerce. Model e-commerce yang dikembangkan dapat menemukan masalah utama yang terjadi pada toko. [6] mengembangkan sebuah model e-commerce yang mampu memaksimalkan pendapatan dari hasil penjualan produk, serta dapat digunakan untuk mempromosikan nama toko ke internet. Penelitian [7] melakukan penelitian yang menghasilkan model e-commerce, model ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Dengan e-commerce ini pelanggan dapat melihat berbagai produk yang dijual secara *online* dan melakukan pembelian langsung tanpa harus datang ketempat usaha pakaian tersebut.

Dari kajian permasalahan dan penelitian sebelumnya, maka penelitian ini melakukan analisa sistem yang sedang berjalan dan juga mengusulkan suatu rancangan sistem informasi penjualan berbasis web. Penelitian ini menghasilkan sebuah model e-commerce yang dapat mengatasi masalah yang ada. Model dikembangkan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Bagaimana cara meningkatkan penjualan produk pada LuttanStore serta bagaimana rancangan aplikasi pada toko LuttanStore untuk memudahkan pembuatan laporan.

2. METODE PENELITIAN

Pada tahap ini peneliti melakukan langkah – langkah yang terdapat pada Gambar 1, untuk menganalisis masalah – masalah yang ada pada toko LuttanStore ini, maka tahap pertama yang akan dilakukan oleh peneliti yakni dengan wawancara, analisa dokumen dan studi literatur yang terkait dengan proses berjalan, sehingga peneliti mengetahui masalah yang ada. Lalu menganalisis sistem untuk mengetahui kebutuhan sistem pada toko LuttanStore dan dapat merancang sistem usulan. Kemudian metodologi yang digunakan melalui pendekatan *business model canvas* (BMC). Sesudah itu peneliti melanjutkan ketahap konfigurasi *e-commerce* dengan metode *content management system* (CMS). Tahap yang terakhir melakukan implementasi *search engine optimization* (SEO).



Gambar 1. Desain Penelitian

Pada tahap ini peneliti melakukan langkah – langkah yang terdapat pada gambar untuk menganalisis masalah – masalah yang ada pada toko LuttanStore ini, maka tahap pertama yang akan dilakukan oleh peneliti yakni dengan wawancara, analisa dokumen dan studi 755iterature yang terkait dengan proses berjalan, sehingga peneliti mengetahui masalah yang ada. Lalu menganalisis sistem untuk mengetahui kebutuhan sistem pada toko LuttanStore dan dapat merancang sistem usulan. Kemudian metodologi yang digunakan melalui pendekatan

business model canvas (BMC). Sesudah itu peneliti melanjutkan ketahap konfigurasi *e-commerce* dengan metode *content management system* (CMS). Tahap yang terakhir melakukan implementasi *search engine optimization* [8].

2.1 Analisis Sistem

Pengumpulan data ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Berikut adalah metode pengumpulan data yang telah dilakukan penelitian ini yaitu :

- Wawancara kepada owner LuttanStore : Pada tahap ini peneliti melakukan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka bersama narasumber. Metode ini dilakukan oleh peneliti dengan cara mengajukan pertanyaan secara lisan kepada owner atau pemilik LuttanStore yakni saudara Thahir Maulana Abdillah. Melalui metode ini peneliti mendapatkan arus proses bisnis penjualan pada LuttanStore
- Observasi Ke toko LuttanStore : Pada tahap ini peneliti melakukan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati langsung di toko LuttanStore yang berlokasi di Jl Muh kup pinang kota tangerang. Metode ini dilakukan oleh peneliti dengan melakukan pengamatan langsung kepada owner nya dalam memperlihatkan proses penjualan secara *offline*.
- Analisa Dokumen berjalan : Pada tahap ini peneliti menggunakan teknik analisa dokumen yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen dari catatan, nota, dan laporan-laporan yang ada pada LuttanStore untuk selanjutnya peneliti analisa lebih lanjut.
- Studi Literatur : Penelitian ini melakukan studi literatur dari berbagai referensi yang sesuai dengan permasalahan yang diamati, Studi ini dilakukan melalui jurnal yang dijadikan sebagai acuan pada kegiatan penelitian.

2.2 Analisis Bisnis

Dalam penelitian ini analisis bisnis yang dilakukan oleh peneliti menggunakan pendekatan metode *Business Model Canvas* untuk mempercepat proses Analisa kekuatan dan kekurangan bisnis. Sehingga analisis kebutuhan dan pendapatan dapat dilakukan dengan terukur dan efisien [9].

2.3 Konfigurasi E-Commerce

Pada tahap ini peneliti melakukan konfigurasi *e-commerce* dengan menggunakan *content management system* (CMS) dengan salah satu *tools* pembuatan *website* yakni *wordpress* dengan versi 6.1.1. peneliti juga mengambil nama domain Luttan.Store karena merepresentasikan nama dari toko yang dijadikan *object* penelitian serta dengan kapasitas hosting *unlimited space*. Selain itu peneliti juga menginstall *plugin* untuk mengoptimalkan *website* yang dibangun diantaranya [10]:

- Elementor* untuk membantu pengguna mengubah tampilan *website* dengan sistem *drag and drop*.
- Ongkos kirim id berfungsi untuk menghitung ongkos kirim ekspedisi di indonesia.
- Woocommerce* untuk memudahkan dalam membuka toko *online* pada *website* karena bisa mencakup berbagai fitur seperti hal nya *e-commerce*.
- WC *cancel order* membantu mengelola fungsi pembatalan pesanan di toko *online* berbasis *woocommerce*.
- Woocommerce confirm payment* berfungsi untuk melakukan konfirmasi pembayaran.
- Wordpress simple mail transfer protocol* (WP SMTP) berfungsi untuk berkomunikasi dengan *server* guna mengirimkan *email* dari lokal *email* ke *server*, sebelum akhirnya dikirimkan ke *server email* penerima.
- Yoast Seo berfungsi untuk meningkatkan seo pada *website*.
- Return and refund berfungsi untuk mengelola fungsi pengembalian pesanan di toko online berbasis *woocommerce*.

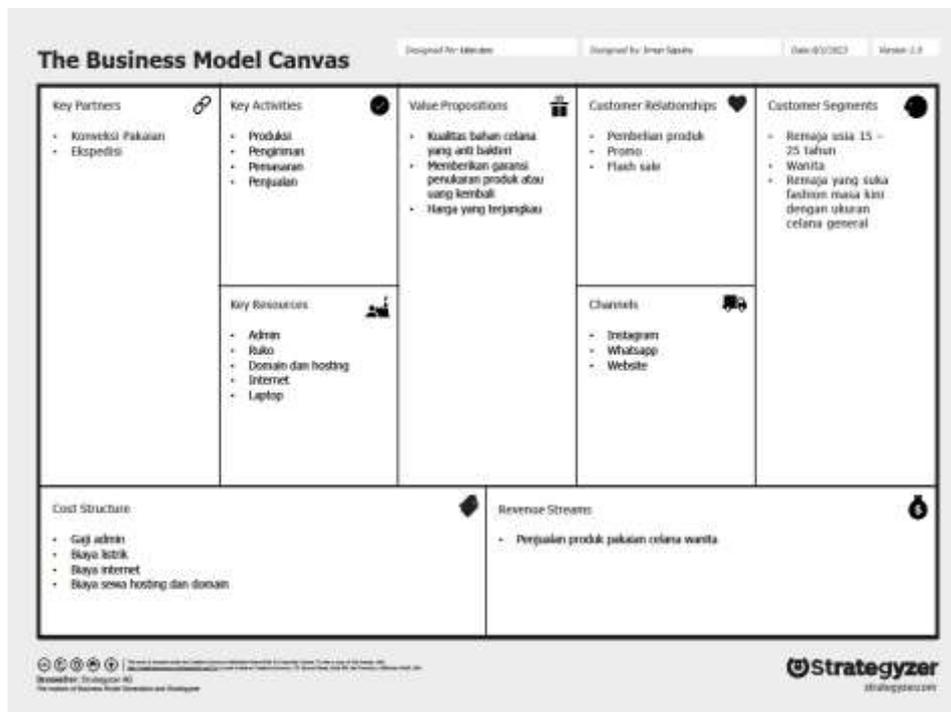
2.4 Implementasi SEO

Pada tahap ini peneliti melakukan implementasi *Search Engine Optimization* (SEO) dengan berdasarkan design SEO pada tahapan berikut ini: 1. Riset *keyword* 2. Optimasi *Technical Seo* 3. Cek *Usability Website* 4. Produksi dan *publishing* konten 5. Optimasi *Onpage*

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini berisi analisis, hasil implementasi ataupun pengujian serta pembahasan dari topik penelitian, yang bisa dibuat terlebih dahulu metodologi penelitian. Bagian ini juga merepresentasikan penjelasan yang berupa penjelasan, gambar, tabel dan lainnya.

3.1 Business Model Canvas



Gambar 2. Business Model Canvas

Penjelasan secara terperinci keterangan dari gambar 2 BMC adalah sebagai berikut:

Key partners, konveksi Pakaian: Toko LuttanStore bekerja sama dengan pihak konveksi pakaian untuk kebutuhan penjualan dan produksi yang nanti nya bahan pakaian dari *partner* tersebut di perjual belikan oleh pihak LuttanStore. Ekspedisi : pihak ekspedisi merupakan salah satu bentuk kerja sama untuk menopang proses jual beli yang dilakukan oleh toko LuttanStore. **Key Activities**, produksi: kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu bahan atau benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan market / pasar. Pengiriman: kegiatan dari bagian operasional yang mendistribusikan produk barang dari LuttanStore sampai pada *customer* atau konsumen. Pemasaran: pemasaran yang dilakukan oleh LuttanStore yang masih minim menggunakan metode yang disediakan oleh *Instagram* yakni melalui *instastory* Penjualan : suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencari pembeli, mempengaruhi serta memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang LuttanStore tawarkan.

Key Resources, Admin: merupakan sumber daya yang LuttanStore perlukan untuk melakukan aktivitas dan proses bisnis. Ruko: pilihan untuk *customer* yang ingin melihat produk celana dari luttan store dan ingin berbelanja langsung atau *offline store*. Domain, hosting dan internet: diperlukan untuk menunjang kebutuhan *website* yang dibuat guna memudahkan pelanggan untuk melihat produk dimanapun dan kapanpun. Laptop: untuk nanti nya memudahkan kerja *admin* dalam mengelola alur penjualan pada toko luttanstore. **Value Propositions** Kualitas bahan celana yang anti bakteri ditawarkan oleh LuttanStore sehingga bisa bersaing dengan produk *competitor* yang tidak mengunggulkan kualitas tersebut. Garansi uang kembali yang ditawarkan memberikan tingkat kepercayaan untuk calon *customer* dengan mempercayai LuttanStore sebagai toko yang terpercaya. Harga atau *budget* yang disesuaikan dengan segmentasi pasar kalangan remaja membuat produk dari LuttanStore dapat dilirik oleh kalangan tersebut.

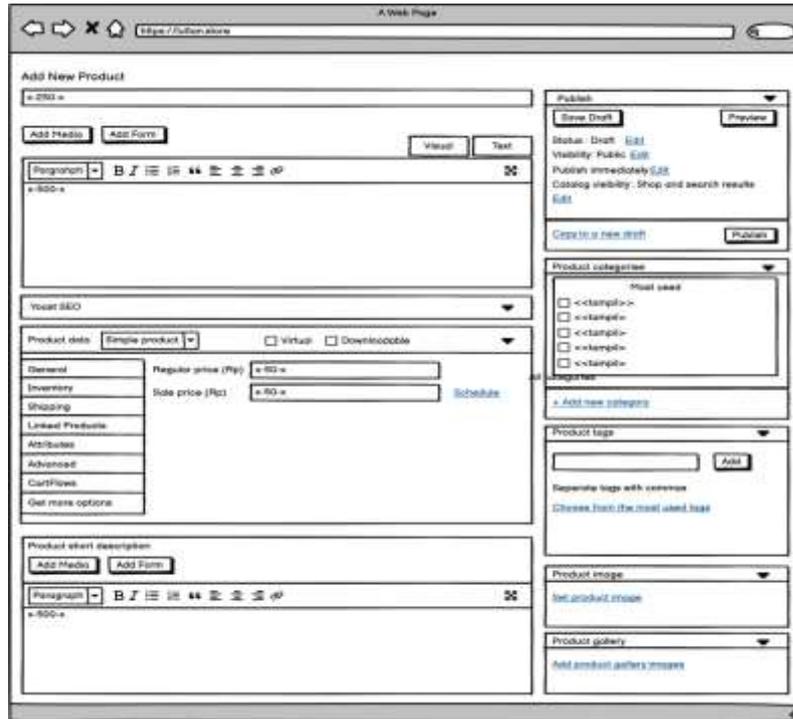
Customer Relationship, Pembelian produk yang memuaskan membuat LuttanStore akan mendapatkan kepercayaan terhadap customer dan nanti nya menjadi toko langganan. Promo yang ditawarkan oleh LuttanStore juga bentuk kita untuk memikat calon customer. Flash sale yang ditawarkan oleh LuttanStore dalam waktu tertentu juga menambah daya tarik terhadap calon customer terhadap toko LuttanStore. **Channels**, Saat ini LuttanStore menggunakan media Instagram dan Whatsapp sebagai sarana untuk jual beli produk yang mereka tawarkan dimana hal tersebut belum mendapatkan hasil yang maksimal. Website yang dibangun memberikan opsi tambahan untuk nantinya toko LuttanStore dapat memperjual belikan produk yang mereka tawarkan.

Customer Segments, Segmentasi yang ditentukan oleh toko LuttanStore yakni pada remaja sampai dewasa dengan rentang usia 15 tahun sampai 25 tahun. Model yang ditawarkan oleh toko LuttanStore menimbulkan minat tersendiri pada remaja yang menyukai produk yang ditawarkan setelah melalui riset di

lapangan sebelum produk diluncurkan. **Cost Structure**, Biaya yang dikeluarkan untuk menunjang proses jual beli yang dilakukan LuttanStore meliputi gaji admin, biaya listrik, biaya internet untuk kebutuhan penjualan online dan juga hosting dan domain setelah dibuatkan nya website penjualan. **Revenue Streams**, Pendapatan yang dihasilkan oleh toko LuttanStore sampai kini masih hanya dari sektor penjualan produk yang ditawarkan.

3.2 User Interface and User Experience Design

Gambar 3 merupakan rancangan layar *entry* produk, pada halaman *entry* data produk admin akan menambahkan produk yang nanti nya akan muncul pada halaman beranda awal di website toko LuttanStore.



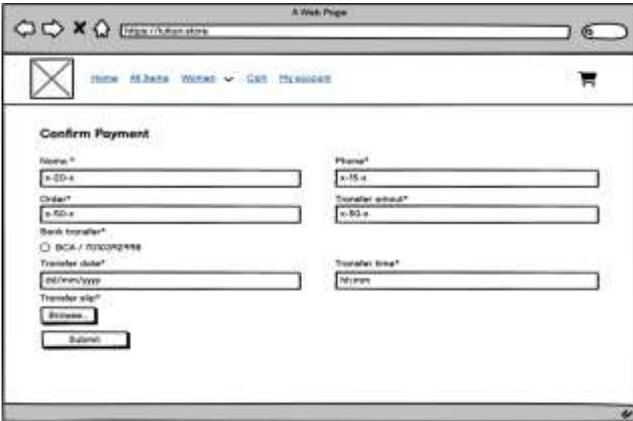
Gambar 3. Rancangan Layar *Entry* Produk

Rancangan layar pemesanan produk diperlihatkan pada Gambar 4. Pada halaman ini pelanggan akan melihat produk yang sudah dipilih dan akan ditampilkan jumlah pilihan produk beserta harga dan alamat pengiriman yang sudah di entry sebelumnya oleh pelanggan.



Gambar 4. Rancangan Layar Pemesanan Produk

Rancangan layar konfirmasi pembayaran diperlihatkan pada Gambar 5. pada halaman ini pelanggan akan diminta untuk melakukan konfirmasi pembayaran untuk melanjutkan proses penjualan dengan menginput berupa bukti transfer pada kolom yang sudah disediakan.



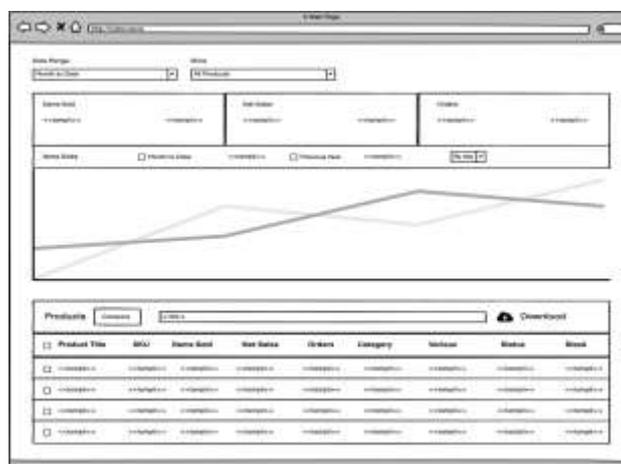
Gambar 5. Rancangan layar *confirm payment*

Rancangan layar *update status* pemesanan diperlihatkan pada Gambar 6. Pada halaman ini update status pesanan yang dilakukan oleh admin untuk melanjutkan proses atau alur pemesanan penjualan pada toko LuttanStore dan nanti nya pelanggan akan mengetahui status pesanan pelanggan itu sendiri. Rancangan layar *update status* pemesanan dapat dilihat pada Gambar 6.



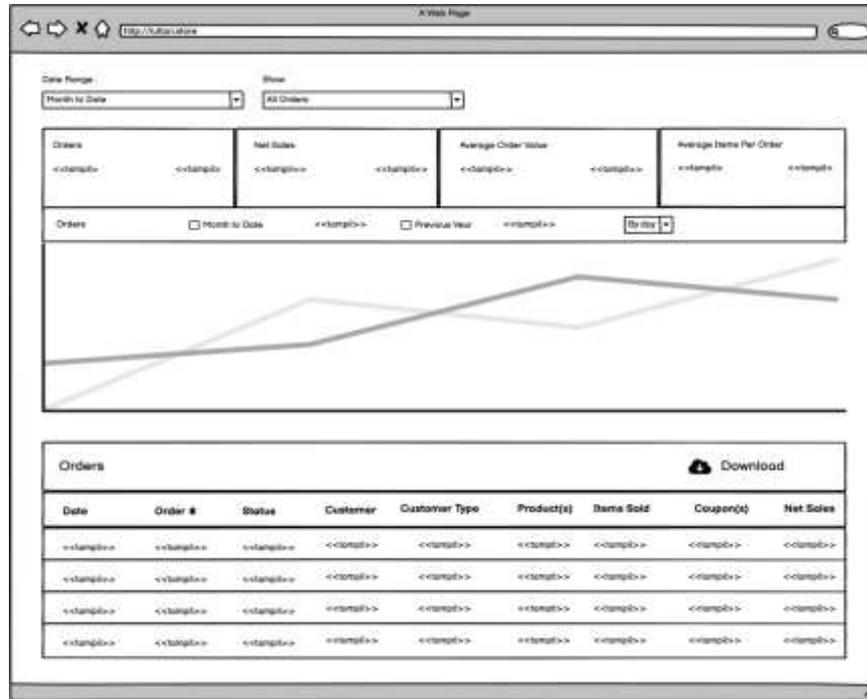
Gambar 6. Rancangan layar *update status*

Rancangan layar cetak laporan penjualan produk diperlihatkan pada Gambar 7, pada halaman ini berfungsi untuk cetak laporan penjualan produk yang nanti nya admin akan mengetahui produk apa saja yang menempati penjualan terlaris untuk menjadi bahan evaluasi kedepan.



Gambar 7. Rancangan Layar Cetak Laporan Penjualan Produk

Rancangan layar cetak laporan pemesanan diperlihatkan pada Gambar 8, Pada halaman ini admin akan mengetahui jumlah pesanan dalam periodik yang telah di tentukan.



Gambar 8. Rancangan Layar Cetak Laporan Pemesanan

3.3 Search Engine Optimization

Search Engine Optimization (SEO) adalah kumpulan tindakan untuk meningkatkan kualitas website dan membantu untuk meningkatkan jumlah penjualan produk di website [8]. Ada beberapa metode yang digunakan untuk menduduki peringkat di Index Google, seperti yang dilakukan oleh penelitian ini antara lain:

a. Focus Keyphrase

Memasukkan kata kunci yang sesuai dengan penjualan produk. Contoh focus keyphrase dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9. focus keyphrase

b. Page Title

Memasukan dan membuat judul halaman pada setiap penjualan produk. Yang dimana nantinya judul ini akan muncul paling awal Ketika seorang melakukan pencarian di google. Gambar page title dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. page title

c. Meta Description

Memasukan dan membuat deskripsi disetiap halaman produk. Lihat Gambar 11.



Gambar 11. meta description

d. Deskripsi Produk

Didalam deskripsi produk sebaiknya menggunakan bahasa yang mudah dimengerti karena akan menyulitkan mesin pencari untuk membacadeskripsi produk. Contoh deskripsi produk lihat pada Gambar 12.



Gambar 12. Deskripsi Produk

e. Tampilan di google

Setelah menerapkan langkah - langkah dan metode yang dilakukan dalam strategi SEO, terdapat beberapa keyword yang di optimalisasikan pada setiap halaman *website*. Berikut adalah hasil penelusuran menggunakan *google search*. Contoh output tampilan pada *google* dapat dilihat pada Gambar 13



Gambar 13. Tampilan di google

4. KESIMPULAN

Dari pembahasan yang telah dijelaskan bahwa penelitian ini berusaha untuk mengembangkan model system penjualan berbasis web pada Toko LuttanStore dapat memperluas cakupan promosi, pemasaran ke banyak pelanggan dan informasi produk yang lebih lengkap mudah didapka serta mempermudah pemilik toko dalam melakukan pencatatan data dan perhitungan yang sudah terkomputerisasi. Model yang dikembangkan telah dilakukan proses optimasi dengan memanfaatkan *Search Engine Optimization (SEO)*. Selain itu model yang dikembangkan telah dilakukan proses pengujian. Hasil model yang dikembangkan mendapatkan model yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ramdhan, "Implementasi *E-Commerce* Berbasis *Content Management System (CMS)* Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Felix.Id," *J. ICT Inf. Commun. Technol.*, vol. 1, no. 1, p. 4, 2021.

- [2] Dian Oktaviani Hermendo and A. Ariesta, “Analisa dan Rancangan *E-Commerce* Untuk Diversifikasi Usaha Pada PT Dwiwarna Inti Sejahtera,” *Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 2, no. 2, pp. 2–7, 2019.
- [3] R. Dwi Purwanto and B. Cahya Putra, “Menggunakan Content Management System Wordpress Untuk Mengembangkan Website Penjualan Berbasis *E-Commerce* Pada Toko Anakku,” *Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 2, no. 5, pp. 2–7, 2019.
- [4] A. Ujjanti and G. Triyono, “Penerepan Website *E-Commerce* Berbasis *Content Management System* (CMS) Untuk Pelayanan Penjualan Pada Msfashioners,” *J. IDEALIS*, vol. 3, no. 1, pp. 6–7, 2020.
- [5] M. A. Syarifuddin, “Analisis Penyebab Utama Kerusakan Belt Conveyor Pada BC 6 System Menggunakan Metode Fishbone Diagram,” *Pros. SEMNASTERA (Seminar Nas. Teknol. dan Ris. Ter.*, vol. 1, no. September, pp. 0–5, 2019.
- [6] S. A. Saputra and H. Hasugian, “Implementasi *E-Commerce* Berbasis Content Management System (Cms) Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Pada Toko Una Baby,” *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 1, pp. 214–219, 2020, doi: 10.36080/idealis.v3i1.2052.
- [7] R. F. Ahmad and N. Hasti, “Sistem Informasi Penjualan Sandal Berbasis Web,” *J. Mhs. Apl. Teknol. Komput. dan Inf.*, vol. 1, no. 3, p. 3, 2018, [Online]. Available: <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jati/article/view/911>
- [8] W. N. Wk and A. Riyanto, “Analisis dan Penerapan Search Engine Optimization Pada Website Menggunakan Metode White Hat Seo (Studi Kasus di PT Suryaputra Adipradana),” *J. Mhs. Apl. Teknol. Komput. dan Inf.*, vol. 1, no. 1, pp. 2–6, 2018.
- [9] R. A. Malik, D. Anubhakti, and B. C. Putra, “Analisa dan Desain Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Dengan Business Model Canvas (BMC) Pada Irfana Batik Tenun,” *Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 5, no. 1, pp. 1–8, 2022, [Online]. Available: <http://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/index>
- [10] A. T. Arsanto, “Perancangan Content Management System (CMS) Pada Laboratorium Fakultas Teknik Universitas Yudharta Pasuruan Dengan Framework CakePHP,” *J. responsive Tek. Inform.*, vol. 5, no. issn, pp. 2614–7602, 2021, doi: 10.36352/jr.v5i02.273.