

## IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* UNTUK PENJUALAN *FURNITURE* PADA CV. HARAPAN DJAJA

Adi Pratama<sup>1</sup>, Safitri Juanita<sup>2\*</sup>, Lis Suryadi<sup>3</sup>, Yuliazmi<sup>4</sup>

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

Email: <sup>1</sup>adipratama38478@gmail.com, <sup>2\*</sup>Safitri.Juanita@budiluhur.ac.id, <sup>3</sup>lis.suryadi@budiluhur.ac.id,

<sup>4</sup>Yuliazmi@budiluhur.ac.id

(\*: *corresponding author*)

**Abstrak-** CV. Harapan Djaja merupakan perusahaan yang bergerak di dalam bidang penjualan *furniture* dan belum memiliki media pemasaran secara *online* untuk mendukung proses promosi produk dan transaksi penjualan. Tujuan pada penelitian ini menghasilkan *E-Commerce* untuk CV. Harapan Djaja yang dapat mendukung proses pemasaran dan mempermudah CV. Harapan Djaja dalam melakukan transaksi penjualan serta mempermudah CV. Harapan Djaja dalam membuat Laporan penjualan dan mempermudah CV. Harapan Djaja dalam mengetahui stok produk yang terjual. Maka dalam penelitian ini dibuatkan sebuah sistem informasi untuk menerapkan sistem *E-Commerce* menggunakan *Content Management System* (CMS). Metode yang digunakan adalah metode *Business Model Canvas*, pengumpulan data yang digunakan seperti observasi, wawancara, analisa dokumen, dan studi pustaka. *Tools* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *wordpress* untuk *template website*, dan untuk sistem menggunakan *content management system* (CMS). Kesimpulan penelitian ini, dengan implementasi *E-Commerce* pada CV. Harapan Djaja tidak lagi mengalami kesulitan dalam melakukan proses promosi produk, mempermudah pelanggan melakukan transaksi secara cepat, dan mudah dalam pembuatan laporan penjualan.

**Kata Kunci:** *E-Commerce*, *Content Management System*, *Business Model Canvas*, Penjualan *Furniture*.

## IMPLEMENTATION OF *E-COMMERCE* FOR *FURNITURE SALES* AT CV. HOPE DJAJA

**Abstract-** CV. Harapan Djaja is a company engaged in *furniture sales* and does not yet have *online marketing media* to support the product promotion process and sales transactions. The purpose of this research is to produce *E-Commerce* for CV Harapan Djaja which can support the marketing process and make it easier for CV Harapan Djaja to carry out sales transactions and make it easier for CV Harapan Djaja to make sales reports, and make it easier for CV Harapan Djaja to find out the stock of products sold. So in this study, an information system was created to implement an *E-Commerce* system using a *Content Management System* (CMS). The *Business Model Canvas* method uses data collection, such as observation, interviews, document analysis, and literature study. The tools used in this research are *WordPress* for website templates and systems using a *content management system* (CMS). The conclusion of this research, with the implementation of *E-Commerce* at CV. Harapan Djaja no longer has difficulties in carrying out the product promotion process, making it easier for customers to make transactions quickly and easy to make sales reports.

**Keywords:** *E-Commerce*, *Content Management System*, *Business Model Canvas*, *Furniture Sales*.

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah banyak dimanfaatkan dalam berbagai bidang seperti perdagangan, perusahaan, perbankan, pendidikan, dan kesehatan. Dalam kegiatan perdagangan perubahan penggunaan media informasi menyebabkan perubahan paradigma sistem perdagangan tradisional menjadi sistem perdagangan elektronik. Bentuk perdagangan elektronik ini mengarah pada transaksi jual beli barang dan jasa secara *online* yang dikenal dengan istilah *E-Commerce* [1]. *E-Commerce* merupakan sistem penjualan barang dan jasa yang dilakukan secara daring melalui internet dan seluruh komponen yang ada pada penjualan menggunakan sistem *E-Commerce* seperti *Customer Service*, Layanan Produk, Transaksi Pembayaran, dan Promosi [2].

Penjualan produk secara *online* sudah banyak dilakukan oleh beberapa pelaku usaha, namun CV. Harapan Djaja belum merubah proses bisnis penjualannya secara *online*. CV. Harapan Djaja merupakan perusahaan yang didirikan pada 08 Agustus 2008, yang bergerak di bidang penjualan *Furniture*, Perusahaan ini memproduksi dan memasarkan produk-produk *furniture* seperti *Coffe Table*, Sofa, Hiasan dinding, Meja belajar, dan lain-lain. Perusahaan ini berlokasi di JL. Kav Dki Menara IV, Blok.156 No.46, RT.10/ RW.04, Meruya Selatan, Jakarta Barat 11610.

Pada saat ini terdapat masalah yang dihadapi CV. Harapan Djaja yaitu pada mengelola proses bisnis penjualan, salah satunya proses pemasaran, dimana promosi dilakukan dengan cara menyebarkan brosur atau belum ada media pemasaran secara *online* sehingga pelanggan kesulitan dalam mengetahui informasi produk dan detail produk yang dijual secara cepat. Masalah lainnya yaitu, pelanggan belum bisa melakukan transaksi pembelian

barang secara *online* namun harus datang ke toko, sehingga mengalami kesulitan dalam melakukan pemesanan barang dengan cepat. proses pencatatan stok barang belum *update*, sehingga pelanggan dan penjual barang sulit mengetahui ketersediaan barang sebelum pelanggan memesan barang. Masalah lainnya juga, Pemilik perusahaan membutuhkan waktu lama untuk mengetahui produk yang paling diminati pelanggan karena pencatatan laporan penjualan masih menggunakan pembukuan.

Berdasarkan masalah di atas, maka CV. Harapan Djaja ingin meningkatkan pelayanan toko dan memperluas jangkauan pemasaran. Dengan adanya sistem penjualan *online* (*E-Commerce*) diharapkan dapat membantu perusahaan mempermudah dalam memproses semua transaksi penjualan agar dapat tersimpan secara *online*, mengatasi kekurangan-kekurangan dalam sistem berjalan yang dilakukan secara manual, memberikan kemudahan dalam pembuatan laporan penjualan, mempermudah pelanggan melakukan transaksi pemesanan barang secara cepat, dan memudahkan pelanggan dalam mengetahui ketersediaan barang sebelum melakukan pemesanan barang.

Dalam buku yang dituliskan oleh [3] Menjelaskan bahwa *E-Commerce* dibagi menjadi beberapa tipe yaitu *Business to Business* (B2B), *Business to Customer* (B2C), *Customer to Customer* (C2C), *Customer to Business* (C2B), *Business to Government* (B2G). Pada penelitian [4] Pembuatan sistem ini menggunakan metode air terjun atau *waterfall*, terdiri dari beberapa tahapan seperti perencanaan, Pemodelan, Konstruksi, serta penyerahan sistem kepada *development*, yang diakhiri dengan dukungan pada perangkat lunak yang dihasilkan sampai tahapan *requirement, design, implemation, verification, dan maintenance*.

Dalam penelitian [5] Pengembangan sistem menggunakan metode *waterfall* dengan melakukan tahapan seperti Survei Sistem, Analisa Sistem, Design Sistem, Pembuatan Sistem, Implementasi Sistem, Pemeliharaan Sistem. Analisa sistem menggunakan *Unified Modelling Language* (UML), Pembuatan website menggunakan aplikasi Macromedia dengan bahasa program PHP dan MySQL sebagai databasenya. Aplikasi ini disein dengan tujuan mempermudah pembeli dalam memilih barang dan *management* untuk melakukan transaksi penjualan maupun pembelian dan terutama dapat meningkatkan omset penjualan.

Pada penelitian [6] Pada perancangan sistem *E-Commerce* menggunakan BMC untuk mempercepat proses analisa permasalahan dan kebutuhan serta strategi yang tepat dalam mengembangkan bisnis, UML, dan Rancangan layar. Implementasi sistem dengan menggunakan *Content Management System* yaitu Wordpress, dimana Wordpress menggunakan Bahasa pemrograman PHP dengan database MySQL, beserta dengan Domain dan Hosting. Mengutip dari penelitian [7] *Content Management System* (CMS) merupakan suatu software yang dirancang khusus untuk membuat toko penjualan (*E-Commerce*). *Content Management System* berguna untuk mempermudah pengguna dalam mengatur content pada *website* seperti gambar, video, teks semua *type file* yang dipublikasikan didalam *website*

Pada penelitian [8] *Rich Picture* merupakan gambar kartun yang menggambarkan keseluruhan sistem untuk mudah dibaca dari berbagai sudut pandang dengan segala aspek yang terkandung didalamnya. *Rich Picture* memuat gambaran keseluruhan dari orang, objek, proses, struktur, dan masalah pada keseluruhan proses sistem. Pada penelitian [9] Pada penelitian ini sistem dibangun menggunakan bahasa pemrograman PHP, Sublime Text, dan basis data menggunakan MySQL. Sistem informasi penjualan online *furniture* ini diuji dengan metode *black box* untuk mengetahui fungsional dan alur sistem pada masing-masing menu secara keseluruhan. Berdasarkan dari proses tersebut fitur-fitur yang ada dapat dijalankan sesuai yang dibutuhkan dan diharapkan.

## 2. METODE PENELITIAN

Pada tahap ini membahas mengenai tahapan proses penelitian pada CV. Harapan Djaja, Metode yang dipakai dalam pengumpulan data, menganalisa permasalahan pada perusahaan, melakukan perancangan sistem.

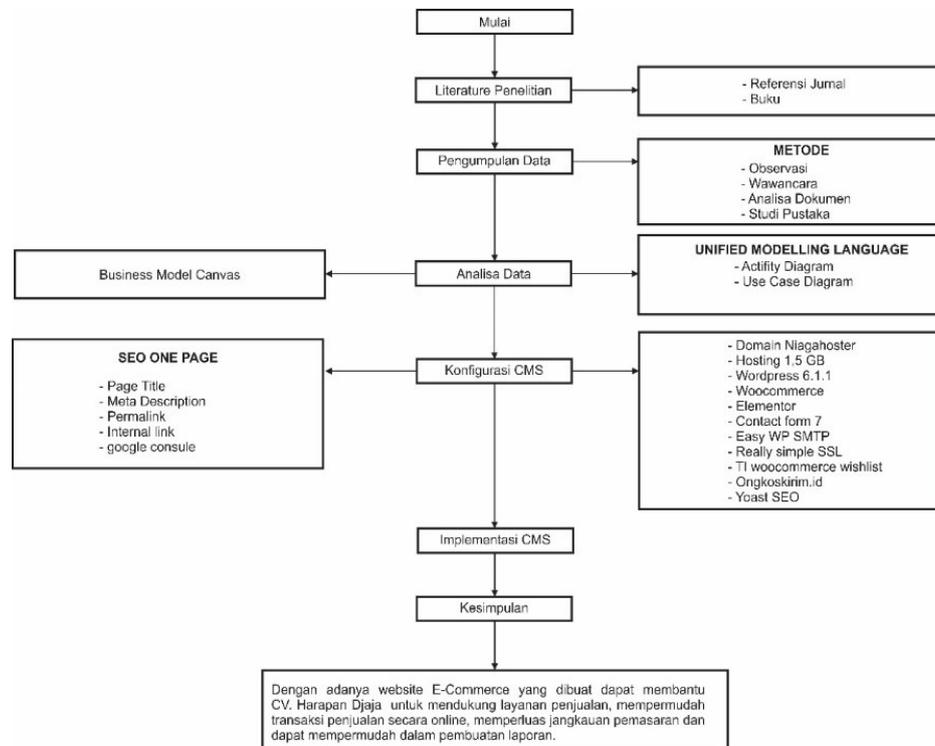
### 2.1 Tahapan Penelitian

Pada tahap ini dilakukan tahapan penelitian pada CV. Harapan Djaja dengan literature penelitian, pengumpulan data, analisa data, konfigurasi CMS, implementasi CMS, dan hasil yang didapat pada penelitian. Kemudian dilakukan tahapan pengumpulan data dengan melakukan observasi, melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik perusahaan, melakukan analisa dokumen, dan studi pustaka. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi dan kebutuhan sistem agar dapat diterapkan untuk pemodelan *website E-Commerce* pada CV. Harapan Djaja supaya dapat berjalan sesuai proses bisnis berjalan pada perusahaan. Tahap selanjutnya melakukan analisa permasalahan yang ada pada CV. Harapan Djaja dengan Penerapan *Fishbone diagram*. Kemudian melakukan analisa bisnis dengan mengidentifikasi proses bisnis yang ada pada CV. Harapan djaja menggunakan elemen *business model canvas* dan menjelaskan hubungan sembilan elemen tersebut dengan cara menggambarkan secara visual agar dapat mudah dipahami.

Tahap berikutnya melakukan analisa proses bisnis dengan mempelajari aktivitas yang ada pada perusahaan, setelah itu mencatat subproses yang ada didalam proses bisnis seperti proses masukan dan keluaran, kemudian menggambarkan proses bisnis yang sedang berjalan pada perusahaan dengan menggunakan *rich picture* dan diagram *Use case*. Kemudian melakukan perancangan model sistem menggunakan *Corel draw x7*. Tahap

selanjutnya melakukan implementasi CMS dengan beberapa fitur untuk membuat *website E-Commerce* seperti *Woocommerce, Elementor, Yoast SEO, IT Wishlist*, dll.

Pada penelitian ini menerapkan strategi SEO dan strategi marketing untuk meningkatkan penjualan furniture dan dapat meningkatkan traffic penjualan pada website CV. Harapan Djaja sehingga website dapat mudah dicari dan dapat tampil pada urutan teratas di mesin pencarian *google*. Berikut ini merupakan tahapan penelitian pada CV. Harapan Djaja, Selengkapnya dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

## 2.2 Metode Pengumpulan data

Pada tahap penelitian ini dilakukan metode pengumpulan data diantaranya adalah sebagai berikut:

- Observasi. Pada tahap ini dilakukan observasi dengan mendatangi CV. Harapan djaja yang beralamatkan di JL. Kav Dki Menara IV, Blok.156 No.46, RT.10/ RW.04, Meruya Selatan, Jakarta Barat 11610. Setelah itu melakukan pengamatan aktivitas penjualan dan dokumen penting untuk dijadikan bahan penelitian tugas akhir.
- Wawancara. Pada tahap ini dilakukan wawancara secara langsung kepada bapak Odi sebagai pemilik CV. Harapan Djaja. Ada beberapa pertanyaan yang diajukan ke bapak Odi seperti pertanyaan mengenai permasalahan yang ada pada proses penjualan, dan dokumentasi apa saja yang ada pada CV. Harapan djaja.
- Analisis Dokumen. Pada tahap ini dilakukan analisis dokumen dengan mengumpulkan beberapa dokumen yang ada pada CV. Harapan Djaja untuk di analisis lebih lanjut.
- Studi Pustaka. Pada tahap ini dilakukan tahap studi pustaka untuk mengumpulkan informasi data yang dibutuhkan, dengan cara membaca jurnal yang didapat dari pencarian dengan *google scholar*, dan membaca buku tentang implementasi *E-commerce*, dasar teori *E-Commerce*, dan lain-lain yang didapat dari pencarian *google book*. Untuk mengetahui sitasi pada jurnal dan buku digunakan aplikasi mendeley.

## 2.3 Analisa permasalahan

Mengutip dari [10]. *Fishbone diagram* atau diagram tulang ikan merupakan sebuah teknik grafis yang digunakan untuk mengurutkan dan menghubungkan interaksi antara factor-faktor yang berpengaruh dalam suatu proses. *Fishbone diagram* berguna untuk mengkategorikan berbagai sebab potensial dari suatu masalah atau pokok persoalan dengan cara mudah dimengerti dan rapi, dan dapat berguna menganalisis apa yang sesungguhnya terjadi dalam proses dengan cara memecah proses menjadi sejumlah kategori yang berkaitan dengan proses, mencakup manusia, material, mesin, prosedur, kebijakan, dan sebagainya. Pada penelitian ini penulis melakukan analisa

masalah pada CV. Harapan Djaja dengan menerapkan Metode *Fishbone Diagram* untuk mengetahui penyebab permasalahan yang ada pada perusahaan.

### 2.4 Perancangan Sistem

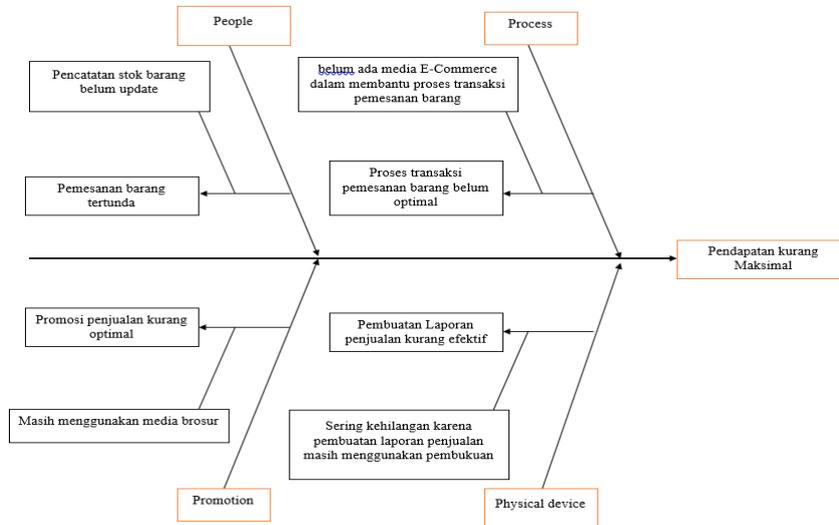
Pada tahap ini dilakukan perancangan sistem berdasarkan hasil analisa bisnis yang didapatkan dalam sistem berjalan pada perusahaan. Dari data yang telah ada menghasilkan sistem baru yang diusulkan. Pada perancangan sistem ini menggunakan *tools* dan metode seperti *Business Model Canvas*, *Rich Picture*, *Unified Modelling Language*, dan Rancangan layar sesuai dengan *Use Case Diagram* yang telah dibuat.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap 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 Fishbone Diagram

Pada gambar 2 merupakan analisa permasalahan menggunakan *Fishbone Diagram*.



Gambar 2. *Fishbone Diagram*

### 3.2 Business Model Canvas

Pada gambar 3 merupakan rancangan *Business Model Canvas*.

BUSINESS MODEL CANVAS PADA CV. HARAPAN DJAJA				
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationship	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> <li>Supplier bahan baku</li> <li>Pemilik lahan workshop</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mencari bahan baku yang murah dan berkualitas</li> <li>Desain produk</li> <li>Buat produk</li> <li>Pemasaran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kualitas barang bagus</li> <li>Harga terjangkau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gratis ongkos kirim</li> <li>Garansi kerusakan produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pelanggan individu</li> <li>Pelanggan bisnis</li> </ul>
	<b>Key Resources</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Karyawan</li> <li>Alat-alat produksi</li> <li>Toko</li> <li>Workshop</li> <li>Handphone</li> <li>Komputer</li> <li>Modem</li> <li>PC</li> </ul>		<b>Channels</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Koneksi kerabat</li> <li>Instagram</li> </ul>	
<b>Cost Structure</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gaji karyawan</li> <li>Listrik</li> <li>Internet</li> <li>Bahan baku</li> <li>Sewa lahan workshop</li> <li>Transportasi</li> </ul>		<b>Revenue Streams</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Hasil Penjualan produk</li> </ul>		

Gambar 3. *Business Model Canvas (BMC)*

Pada gambar 3 menjelaskan elemen Business Model Canvas untuk CV. Harapan Djaja, adapun 9 elemen tersebut adalah sebagai berikut :

1. *Customer segment*. Konsumen yang menjadi target penjualan CV. Harapan Djaja adalah kalangan kelas Menengah dan kalangan kelas atas.
2. *Value Propositions*. CV. Harapan Djaja menyediakan beberapa produk furniture seperti meja, kursi, coffe Table, dan lain-lain, menjamin kualitas produk yang bagus dengan harga yang terjangkau.
3. *Channels*. CV. Harapan Djaja mempromosikan usahanya lewat koneksi kerabat dan Instagram
4. *Customer relationship*. Agar selalu menjalin hubungan baik dengan pelanggan CV. Harapan Djaja memberikan ongkos kirim gratis untuk wilayah Jabodetabek, garansi kerusakan untuk setiap pembelian produk, dan diskon dalam batas waktu untuk produk tertentu.
5. *Revenue streams*. Hasil penjualan produk CV. Harapan Djaja melalui toko fisik
6. *Key resources*. Sumber daya pada CV. Harapan Djaja adalah karyawan, Alat-alat produksi, Toko, Workshop, Handphone, Komputer, Modem, PC.
7. *Key Activities*. Kegiatan yang dilakukan CV. Harapan Djaja pada saat ini adalah melakukan pembelian bahan baku dari supplier bahan baku furniture, mendesain produk yang ingin dibuat, membuat produk yang ingin dipasarkan, melakukan pemasaran penjualan.
8. *Key Partners*. Untuk memudahkan aktivitas bisnis CV. Harapan Djaja memiliki *partner* bisnis seperti *Supplier* bahan baku dan pemilik lahan *workshop*.
9. *Cost structure*. Biaya gaji Karyawan, Biaya Listrik, Biaya internet, Biaya bahan baku, Biaya sewa lahan *workshop*, Biaya transportasi.

### 3.3 Proses Bisnis Sistem Berjalan

Pada tahap penelitian ini, membuat gambaran secara jelas mengenai sistem yang sedang berjalan pada CV. Harapan djaja menggunakan *rich picture*. Selengkapnya dapat dilihat pada gambar 4.



**Gambar 4.** Business Model Canvas (BMC)

Berikut ini merupakan penjelasan Proses sistem berjalan berdasarkan gambar pada Gambar 4.

- a. **Proses Pemesanan**  
Pelanggan mendatangi CV. Harapan Djaja untuk memilih produk dan melakukan pemesanan, kemudian bagian penjualan melakukan proses pemesanan dengan membuat nota pemesanan yang nantinya di serahkan kepada pelanggan.
- b. **Proses Pembayaran**  
Pelanggan melakukan proses pembayaran dengan menyerahkan nota pemesanan dan uang pembayaran ke bagian pembayaran, kemudian bagian pembayaran memproses pembayaran dengan membuat kwitansi pembayaran yang nantinya akan diserahkan kepada pelanggan sebagai bukti pembayaran.
- c. **Proses Pengiriman**  
Bagian penjualan membuat surat jalan untuk pengiriman produk yang nanti diserahkan ke bagian pengiriman, kemudian bagian pengiriman menyiapkan produk sesuai pesanan dan melakukan pengiriman produk.

- d. Proses Penerimaan  
Pelanggan menerima produk dan menandatangani surat jalan sebagai bukti bahwa barang sudah diterima dan sesuai pesanan.

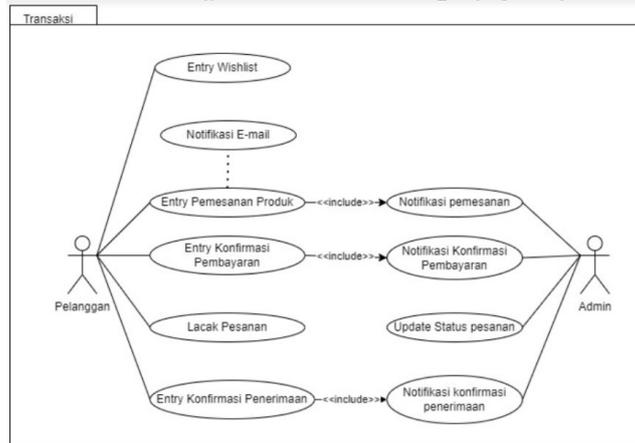
### 3.4 Use Case Diagram

Pada tahap ini dilakukan pemodelan sistem usulan menggunakan *Use Case Diagram* pada CV. Harapan Djaja. Adapun pemodelan tersebut dibagi menjadi tiga yaitu *Use Case Diagram Master*, *Use Case Diagram transaksi*, dan *Use Case Diagram Laporan*. Selengkapnya dapat dilihat pada gambar 5.



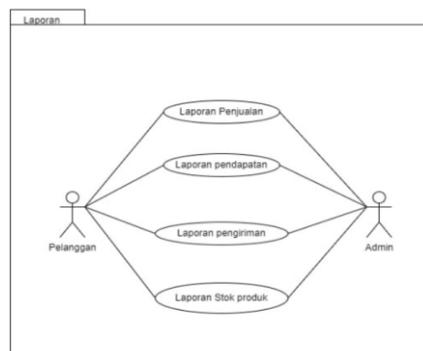
Gambar 5. Use Case Diagram Master

Pada *Use Case diagram* transaksi terdapat dua aktor yaitu pelanggan dan Admin. Aktor Pelanggan berperan untuk melakukan pemesanan dan pembayaran. Sedangkan aktor admin berperan sebagai pengelola pemesanan barang. Berikut ini merupakan *Use Case Diagram* transaksi. Selengkapnya dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6. Use Case Diagram Transaksi

Pada *Use Case Diagram* Laporan memperlihatkan bahwa admin dapat melihat dan mencetak laporan pada menu laporan. Berikut ini merupakan *Use Case Diagram* laporan. Selengkapnya dapat dilihat pada gambar 7.

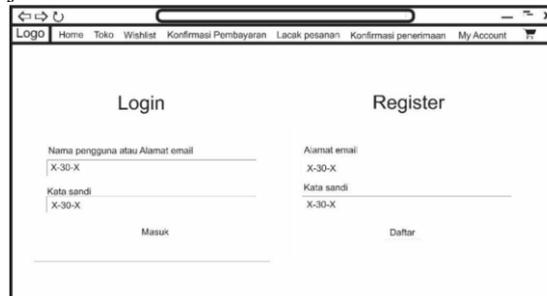


Gambar 7. Use Case Diagram Laporan

### 3.5 User Interface dan User Experience

#### a. Rancangan Layar Halaman Registrasi

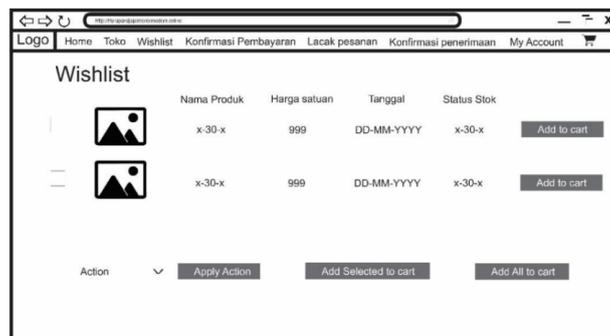
Pada gambar 8 merupakan *form registrasi* yang berfungsi untuk pelanggan dalam membuat akun baru pada *website CV. Harapan Djaja*.



Gambar 8. Rancangan layar Registrasi

#### b. Rancangan Layar Halaman Wishlist

Pada gambar 9 Merupakan rancangan tampilan yang akan digunakan pelanggan untuk menambahkan produk ke dalam wishlist. Berikut ini adalah rancangan layar tambah ke *Wishlist*, dimana pada tampilan ini dapat terlihat status stok oleh pelanggan.



Gambar 9. Rancangan layar Home

#### c. Rancangan Layar Detail Produk

Pada gambar 10 merupakan halaman detail produk yang berfungsi untuk menampilkan produk tertentu dan informasi mengenai produk seperti nama produk, gambar produk, deskripsi produk dan informasi lainnya yang terdapat di *website E-Commerce*.



Gambar 10. Rancangan layar Detail Produk

#### d. Rancangan Layar Laporan

Pada gambar 11 merupakan rancangan tampilan yang akan digunakan Staff Admin untuk mengunduh laporan penjualan. Staff Admin dapat memilih periode penjualan yang akan diunduh. Pada gambar 12 Merupakan rancangan tampilan yang akan digunakan Staff Admin untuk mengunduh laporan pendapatan. Staff Admin dapat memilih periode pendapatan yang akan diunduh.



Gambar 11. Rancangan Layar Laporan Penjualan

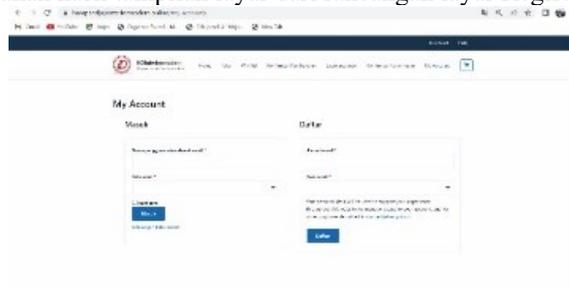


Gambar 12. Rancangan Layar Laporan Pendapatan

### 3.6 Hasil Tampilan layar

#### a. Tampilan Layar Registrasi

Pada Gambar 13 merupakan hasil tampilan layar dari rancangan layar Registrasi.



Gambar 13. Hasil Tampilan Layar Registrasi

#### b. Tampilan Layar Home

Pada Gambar 14 merupakan hasil tampilan layar dari rancangan layar halaman *home*.



Gambar 14. Hasil Tampilan Layar Home

#### c. Tampilan Layar Detail Produk

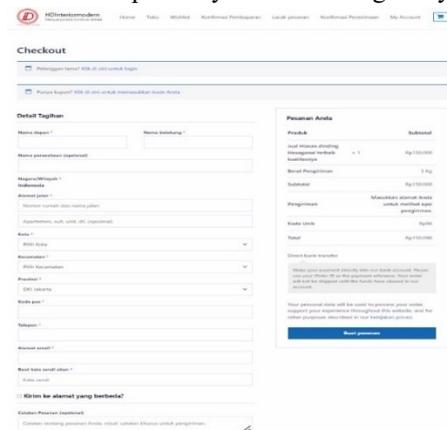
Pada Gambar 15 merupakan hasil tampilan layar dari rancangan layar detail produk.



Gambar 15. Hasil Tampilan Layar Detail Produk

**d. Tampilan Layar Checkout**

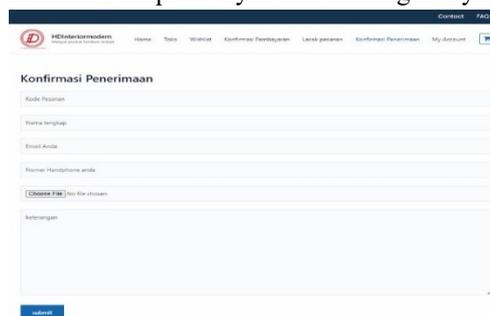
Pada Gambar 16 merupakan hasil tampilan layar dari rancangan layar Checkout.



**Gambar 16.** Hasil Tampilan Layar Checkout

**e. Tampilan Layar Penerimaan Produk**

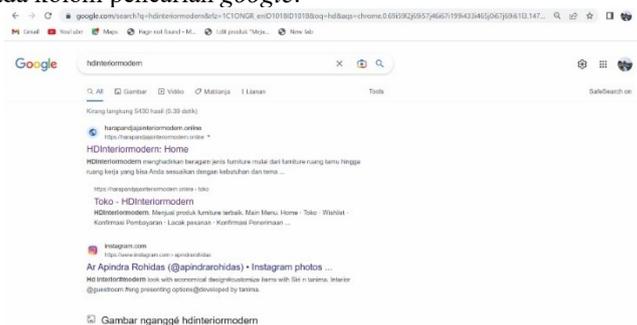
Pada Gambar 17 merupakan hasil tampilan layar dari rancangan layar penerimaan produk.



**Gambar 17.** Hasil Tampilan Layar Penerimaan Produk

**3.5 Hasil Pengujian Index Mesin Pencari Google**

Pada Gambar 18 merupakan hasil pengujian website pada *index* pencarian *Google* dengan mengetik “hdinteriormodern” pada kolom pencarian *google*.



**Gambar 18.** Hasil Pengujian Index Mesin Pencari Google

**4. KESIMPULAN**

Kesimpulan penelitian ini adalah dengan implementasi *E-Commerce* ini, membantu masalah promosi pada CV. Harapan Djaja, seperti dengan adanya menu promosi berupa *pop-up* kupon, diskon produk, serta strategi *marketing* melalui media sosial dapat meningkatkan promosi penjualan produk yang lebih optimal. Implementasi *E-Commerce* ini, juga membantu masalah transaksi pemesanan pada CV. Harapan Djaja karena pelanggan dapat melakukan transaksi pemesanan secara *online*. Implementasi *E-Commerce* pada Harapan Djaja menggunakan fitur seperti *Cart*, *Check out*, *Wishlist*, *Konfirmasi pembayaran*, *Lacak pesanan*, dan *konfirmasi penerimaan*.

Dengan implementasi *E-Commerce* ini, juga membantu masalah laporan stok barang yang belum *update* pada CV. Harapan Djaja. Dengan dibuatnya menu laporan stok produk, staff admin dan pelanggan dapat mengetahui stok produk yang tersedia sebelum melakukan transaksi pemesanan produk. Dengan implementasi *E-Commerce* ini, membantu masalah dalam pembuatan laporan pada CV. Harapan Djaja. Dengan dibuatnya menu laporan penjualan, laporan pendapatan, laporan pengiriman, dan laporan stok produk. Semua transaksi penjualan produk dapat tersimpan secara otomatis kedalam database CMS Wordpress sehingga staff admin dapat mengunduh semua laporan menggunakan menu-menu tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. Y. Nasution, P. Hariani, L. S. Hasibuan, and W. Pradita, "Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia," *Jesya*, vol. 3, no. 2, pp. 506–519, 2020, doi: 10.36778/jesya.v3i2.227.
- [2] R. Hermiati, A. Asnawati, and I. Kanedi, "Pembuatan E-Commerce Pada Raja Komputer Menggunakan Bahasa Pemrograman Php Dan Database Mysql," *J. Media Infotama*, vol. 17, no. 1, pp. 54–66, 2021, doi: 10.37676/jmi.v17i1.1317.
- [3] R. Romindo *et al.*, *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2019.
- [4] M. Triawan and M. J. Effendi, "Rancang Bangun Sistem E-Commerce Berbasis Web PD. Cahaya Sejahterah," *J. Inform.*, vol. 8, no. 1, pp. 67–78, 2019.
- [5] D. Komalasari and I. Seprina, "Penerapan E-Commerce Pada Toko Mawar Songket Palembang Berbasis Web," *J. Ilm. Betrik*, vol. 9, no. 01, pp. 56–62, 2018, doi: 10.36050/betrik.v9i01.31.
- [6] M. Ilham, A. Nur, and B. C. Putra, "Penerapan E-Commerce Content Management System Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Pada Toko Gex Eyewear Implementation Of E-Commerce Content Management System To Increase Business Competitiveness In Gex Eyewear Stores," *J. Senafti*, vol. 1, no. September, pp. 1499–1508, 2022.
- [7] A. D. Nugraha and G. Triyono, "Penerapan Website E-Commerce Berbasis Content Management System (Cms) Pada Q-Ta Digital Printing," *IDEALIS Indonesia. J. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 1, pp. 220–226, 2020, doi: 10.36080/idealism.v3i1.2078.
- [8] H. Prima, "Sistem Informasi Pemasaran Dan Manajemen Pada Pt. Citra Mandiri Dwi Pratama Berbasis Web," *J. Penelit. Dosen Fikom*, vol. 10, no. 2, 2019, [Online]. Available: <https://www.jurnal.unda.ac.id/index.php/Jpdf/article/view/145>
- [9] Y. Bagus and N. Arifin, "Sistem Informasi Penjualan Online Furniture Berbasis Website," *Semin. Nas. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 1, no. 2020, pp. 687–696, 2022.
- [10] M. K. Dr. Dewi Kurniasih S.K.M., *Failure in Safety Systems : Metode Analisis Kecelakaan Kerja*. Sidoarjo: Zifatama Jawa, 2020. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=57QHEAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>