

PERANCANGAN *E-COMMERCE* BERBASIS *WEBSITE* PADA TOKO PAKAIAN NAZWA COLLECTION

Gerry Alvarel¹, Muhammad Ainur Rony^{2*}

¹Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, DKI Jakarta, Indonesia

²Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, DKI Jakarta, Indonesia

Email: ¹geryalvarel11@email.com, ^{2*}Ainur.rony@budiluhur.ac.id

Abstrak- Nazwa Collection merupakan toko yang bergerak di bidang fashion yaitu pakaian wanita khususnya untuk remaja dewasa. Produk masih bisa diperjualbelikan langsung ketika Anda datang ke toko Nazwa Collection. Promosi produk tetap dilakukan dengan cara menawarkan, memanggil dan memikat konsumen untuk datang ke toko. Permasalahan toko Nazwa Collection saat ini adalah pembelian dan penjualan produk masih dilakukan secara langsung ketika datang ke toko Nazwa Collection, karena belum memiliki toko online atau promosi yang ditujukan untuk pasar yang lebih luas. Selain itu, toko Nazwa Collection juga kesulitan mencari pelanggan baru karena periklanan hanya dilakukan dari mulut ke mulut (WOMM). Oleh karena itu peneliti ingin membuat situs belanja online (*e-commerce*) untuk meningkatkan pendapatan dan memudahkan transaksi jual beli di toko Nazwa Collection. Dalam pengembangan website *e-commerce*, peneliti menggunakan pemodelan website berbasis UML berupa diagram aktivitas, diagram tulang ikan, model bisnis (BMC), diagram use case dan rencana tampilan. Untuk memperluas website yang dibuat, peneliti menggunakan teknik optimasi mesin pencari atau *Search Engine Optimization* (SEO), yang digunakan untuk meningkatkan traffic pengunjung website dan juga digunakan untuk mengidentifikasi atau melacak dengan benar suatu halaman web di mesin pencari. Pada saat yang sama, peneliti menggunakan *Wordpress*, *WooCommerce*, CMS dan *MySQL* untuk membuat website. Hasil dari perancangan yang peneliti harapkan adalah toko Nazwa Collection dapat menjangkau pasar yang lebih luas pada situs ini dan toko dapat lebih mudah memberikan informasi produk kepada konsumen.

Kata Kunci: *Website, E-Commerce, Wordpress, WooCommerce*

WEBSITE BASED *E-COMMERCE* DESIGN AT NAZWA COLLECTION CLOTHING SHOP

Abstract- Nazwa Collection is a store engaged in fashion, namely women's clothing, especially for young adults. Products can still be traded directly when you come to the Nazwa Collection store. Product promotion is still carried out by offering, calling and luring consumers to come to the store. The current problem with Nazwa Collection stores is that product purchases and sales are still carried out directly when visiting Nazwa Collection stores, because they do not yet have an online store or promotions aimed at a wider market. In addition, the Nazwa Collection store also has difficulty finding new customers because advertising is only done by word of mouth (WOMM). Therefore researchers want to create an online shopping site (*e-commerce*) to increase revenue and facilitate buying and selling transactions at the Nazwa Collection store. In developing *e-commerce* websites, researchers used UML-based website modeling in the form of activity diagrams, fishbone diagrams, business models (BMC), use case diagrams and display plans. To expand the website created, researchers use search engine optimization techniques or *Search Engine Optimization* (SEO), which are used to increase website visitor traffic and are also used to correctly identify or track a web page in search engines. At the same time, researchers use *Wordpress*, *WooCommerce*, CMS and *MySQL* to create websites. The results of the design that the researcher hopes for are that Nazwa Collection stores can reach a wider market on this site and stores can more easily provide product information to consumers.

Keywords: *Website, E-Commerce, Wordpress, WooCommerce*

1. PENDAHULUAN

E-commerce berguna bagi penjual yang ingin menjual produknya secara online dan bagi pembeli yang ingin membeli produk dengan mudah dan efisien. *E-commerce* adalah setiap pertukaran barang dan bisnis secara komersial, baik melalui penjualan, pembelian, transfer, pengelolaan atau informasi, dan proses bisnis yang menghubungkan pelanggan dan organisasi atau jaringan tertentu yang dilakukan secara elektronik.[1]

Nazwa Collection merupakan toko yang bergerak di bidang fashion yaitu pakaian wanita khususnya untuk remaja dewasa. Produk tetap bisa dibeli dan dijual langsung saat Anda datang ke toko Nazwa Collection. Promosi produk tetap dilakukan dengan cara menawarkan, memanggil dan membujuk konsumen untuk datang

ke toko. Permasalahan toko Nazwa Collection saat ini adalah transaksi jual beli produk masih dilakukan secara langsung dengan cara datang ke toko Nazwa Collection, karena belum memiliki toko online atau promosi yang ditujukan untuk pasar yang lebih luas. Selain itu, toko Nazwa Collection kesulitan mencari pelanggan baru karena iklan hanya melalui mulut ke mulut (WOMM).

Pada penelitian ini, peneliti melakukan studi pustaka berdasarkan 5 jurnal yang membahas tentang perancangan *E-Commerce*. Penelitian pertama yang berjudul “Perancangan Sistem *E-Commerce* Berbasis *Website* Untuk Transaksi Penjualan Toko Pakaian Bumdes Limbato Kabupaten Boalemo” permasalahan yang dihadapi adalah toko pakaian Bumdes Limbato kesulitan memasarkan atau menjual produknya ke luar wilayah Limbato dan kurang maksimalnya pemasukan[1].

Penelitian kedua yang berjudul “Perancangan *Website E-Commerce* Penjualan Ikan Cupang”, mengalami kesulitan dalam melakukan penjualan ikan cupang secara online[2]. Penelitian ketiga yang berjudul “Desain Perancangan *E-Commerce* Kain Tenun Lombok Desa Sukarara Lombok Tengah” memiliki kendala terhadap berkembangnya industri tekstil sehingga harga produk dijual dengan tawaran lebih murah dan kurangnya promosi terkait permasalahan yang dihadapi tersebut [3].

Penelitian keempat yang berjudul “Perancangan Sistem *E-Commerce* untuk Penjualan Pakaian Pada Toko A&S” memiliki permasalahan seperti bagaimana cara penjual agar bisa menjual berbagai produknya dengan cara mudah dan bisa diakses oleh masyarakat luas [4]. Dan penelitian kelima yang berjudul “SIM (Sistem Informasi Manajemen) Kurikulum Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Berbasis CMS *Wordpress*” memiliki kendala seperti dibutuhkannya *Wordpress* sebagai aplikasi yang mendukung pengelolaan dokumen kurikulum [5].

Persamaan penelitian sebelumnya dan penelitian sekarang adalah penelitian yang masih menggunakan CMS *Wordpress*. *Content Management Sistem* (CMS) merupakan sistem berbasis web untuk memberikan kenyamanan pengguna dalam pengelolaan dan administrasi situs web seperti menambahkan menu, menerbitkan laman dan menghapus laman, hingga mengatur menu yang muncul di situs web tanpa perlu anda memiliki pengalaman dalam membuat halaman web[6]. Perbedaan dari penelitian sebelumnya ialah dari objeknya yaitu penelitian ini menggunakan objek Toko Nazwa Collection.

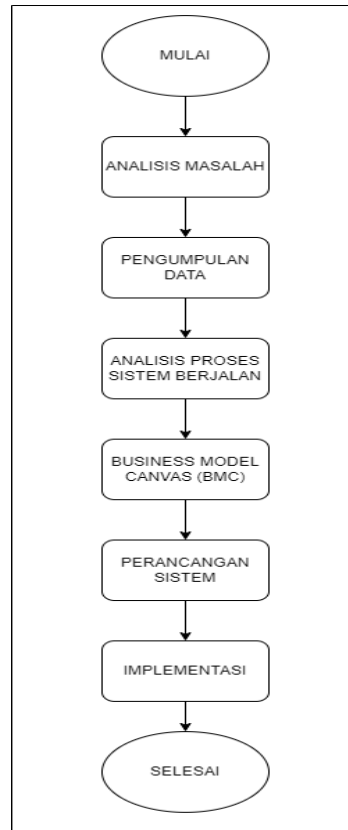
Dalam pengembangan website e-commerce, peneliti menggunakan pemodelan website berbasis UML berupa diagram aktivitas, diagram tulang ikan, model bisnis (BMC), diagram use case dan desain layar. Unified Modeling Language (UML) adalah model desain perangkat lunak/objek [7]. Tools yang digunakan adalah Xampp, Website, MySql, Domain dan Hosting. Xampp adalah kependekan dari X (empat sistem operasi), Apache, MySQL, PHP dan Perl. Paket XAMPP mencakup Apache (server web), MySQL (database), PHP (skrip sisi server), Perl, server FTP, PhpMyadmin, dan beberapa perpustakaan dukungan lainnya [8]. Bisnis, sekolah, perguruan tinggi, institusi atau organisasi menggunakan situs web untuk mendukung penjualan, periklanan, pengajaran dan pembelajaran. Semua fungsi tersebut memerlukan pengiriman, pembagian dan penerimaan informasi untuk memudahkan aktivitas pengguna yang membutuhkannya[9].

Untuk memperluas situs *website* yang dibuat maka peneliti menggunakan teknik optimasi mesin pencarian atau *Search Engine Optimization* (SEO). *Search Engine Optimization* (SEO) adalah proses yang diterapkan secara sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas lalu lintas pengunjung. Tujuan SEO adalah menempatkan *website* pada posisi tertinggi[10]. Tujuan dilakukan penelitian ini diharapkan menjadi sarana informasi bisnis yang lengkap seperti info produk, katalog produk, dan info promosi. Selain itu dapat juga memudahkan kosumen dan penjual dalam melakukan transaksi pada toko Nazwa Collection.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Pada gambar 1 merupakan tahapan penelitian yang dilakukan dalam memberikan solusi dari permasalahan yang ada:



Gambar 1. Tahapan Penelitian

2.1.1 Analisis Masalah

Analisis masalah dilakukan menggunakan studi literatur yang berkaitan dengan topik *E-Commerce*.

2.1.2 Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini untuk mencapai tujuan penelitian, pengumpulan data diperlukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Berikut adalah metode pengumpulan data yang telah dilakukan peneliti. Yaitu:

a. Observasi

Metode yang dilakukan dengan cara melakukan observasi secara langsung ke toko untuk memperoleh data yang dibutuhkan.

b. Wawancara

Metode ini dilakukan dengan cara menanyakan informasi mengenai alur proses bisnis toko Nazwa Collection ke narasumber ibu sumiyati selaku pemilik toko.

c. Dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data seperti dokumen tercatat yang berhubungan dengan permasalahan yang ada di toko.

d. Studi Literatur

Penelitian ini menggunakan Studi literatur dari berbagai referensi untuk mendapatkan teori-teori umum mengenai *E-Commerce* serta rumusan masalah. Metode yang dilakukan peneliti yaitu membaca artikel, jurnal dan skripsi yang telah dipublikasikan.

2.1.3 Analisis Proses Sistem Berjalan

Menganalisis suatu proses bisnis untuk memahami tujuan serta tindakan yang akan dilakukan dalam suatu bisnis. Alat yang digunakan untuk menganalisis proses bisnis adalah *Activity Diagram*, *Fishbone Diagram*, *Business Model Canvas (BMC)* dan *use case diagram*.

2.1.4 Business Model Canvas (BMC)

Metode ini digunakan untuk menentukan nilai proporsi. Dengan adanya metode ini, pemilik toko dapat mengetahui gambaran dan definisi model bisnis secara efektif.

2.1.5 Perancangan Sistem

Perancangan sistem ini dibangun dengan menggunakan *Unified Modelling Language* (UML), *use case diagram* dan *use case deskripsi*.

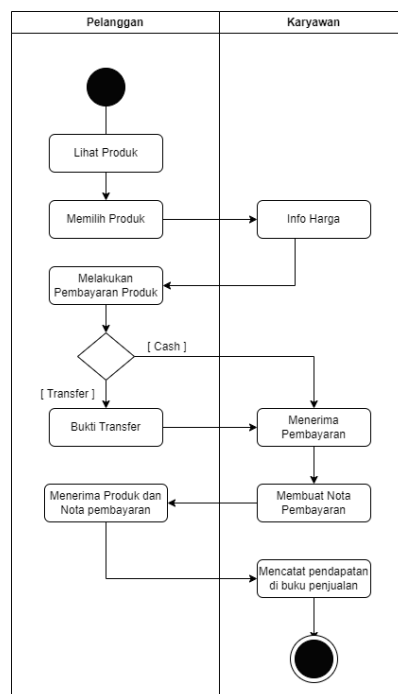
2.1.6 Implementasi

Implementasi dilakukan dengan cara membuat model sistem menggunakan *Content Management System* (CMS) *Wordpress* dan memaksimalkan *Search Engine Optimization* (SEO).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Proses Sistem Berjalan

Pada gambar 2 akan dijelaskan bagaimana sistem berjalan saat ini pada Toko Nazwa Collection menggunakan *Activity Diagram*.

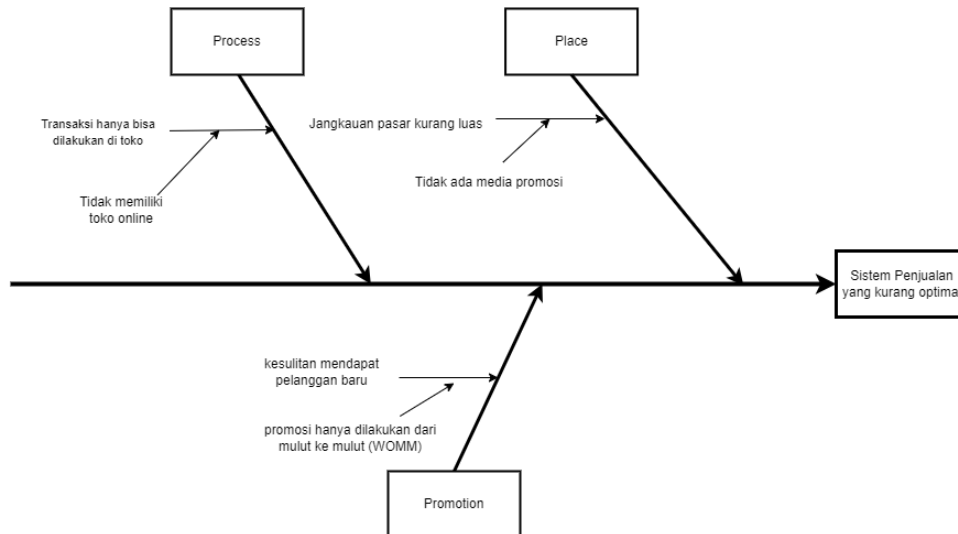


Gambar 2. Activity Diagram Proses Sistem Berjalan

Dalam proses bisnis ini, pelanggan mendatangi Toko Nazwa Collection untuk melihat dan memilih produk yang diinginkan. Setelah itu penjaga toko memberikan informasi harga produk yang akan dijual, setelah itu pelanggan membayar tunai atau melalui transfer bank. Jika pelanggan membayar melalui transfer bank, pelanggan menunjukkan bukti transfer kepada petugas toko. Jika Anda membayar tunai, penjaga toko akan memberikan catatan kepada pelanggan dan memasukkan pembayaran di buku penjualan.

3.2 Analisis Masalah

Untuk mengetahui masalah yang terjadi pada Toko Nazwa Collection yaitu dengan menggambarannya dengan menggunakan *Fishbone Diagram*.

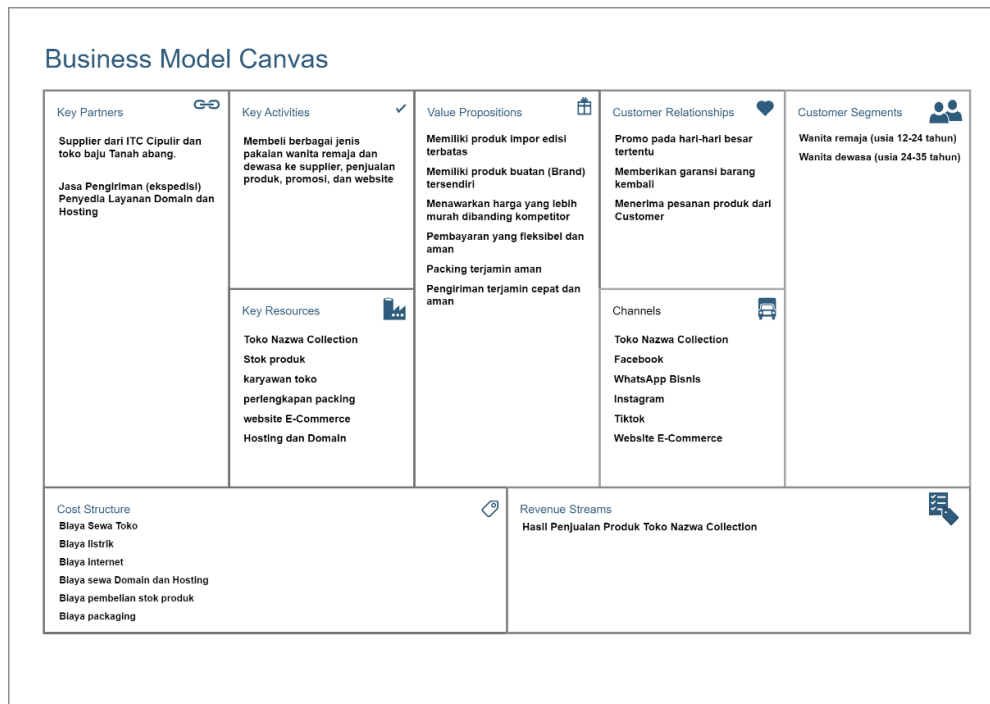


Gambar 3. Fishbone Diagram Pada Toko Nazwa Collection

Dari analisa masalah yang telah dilakukan terdapat tiga sebab utama yang mengakibatkan sistem penjualan pada Toko Nazwa Collection menjadi kurang optimal:

- Tidak memiliki toko online, akibatnya transaksi hanya bisa dilakukan di toko.
- Promosi hanya dilakukan dari mulut ke mulut (WOMM), akibatnya kesulitan mendapat pelanggan baru.
- Tidak adanya media promosi, akibatnya jangkauan pasar kurang luas.

3.3 Business Model Canvas (BMC)



Gambar 4. Business Model Canvas (BMC) Pada Toko Nazwa Collection

Berikut ini rangkuman mengenai penjelasan pada gambar 4 mengenai Business Model Canvas Toko Nazwa Collection, yaitu:

3.3.1 Value Propositions

Nilai yang ditawarkan dari Toko Nazwa Collection yaitu memiliki produk impor edisi terbatas, memiliki produk buatan (Brand) tersendiri, menawarkan harga yang lebih murah dibanding kompetitor, pembayaran yang fleksibel dan aman, packing terjamin aman, pengiriman terjamin cepat dan aman.

3.3.2 Customer Segments

Pelanggan yang dituju Toko Nazwa Collection adalah wanita remaja (usia 12-24 tahun) dan wanita dewasa (usia 24-35 tahun).

3.3.3 Customer Relationship

Cara Toko Nazwa Collection menjalin ikatan dengan customer yaitu memberikan promo pada hari-hari besar tertentu, memberikan garansi barang kembali, dan menerima pesanan produk dari customer.

3.3.4 Channels

Cara Toko Nazwa Collection mempromosikan produknya adalah melewati media sosial seperti Facebook, WhatsApp Bisnis, Tiktok, Instagram, dan *Website E-Commerce*.

3.3.5 Key Activities

Untuk mendukung produktivitas bisnis Toko Nazwa Collection membeli berbagai jenis pakaian wanita remaja dan dewasa pada *supplier*, dan melakukan penjualan dan promosi produk melalui *website*.

3.3.6 Key Resources

Sumber daya yang dimiliki Toko Nazwa Collection yaitu toko fisik, stok produk, karyawan toko, perlengkapan packing, *website E-Commerce*, *domain*, dan *hosting*.

3.3.7 Key Partners

Toko Nazwa Collection menjalin kerja sama kepada *supplier* dari ITC Cipulir dan toko baju tanah abang, jasa pengiriman (Ekspedisi), dan penyedia layanan *Domain* dan *Hosting*.

3.3.8 Revenue Streams

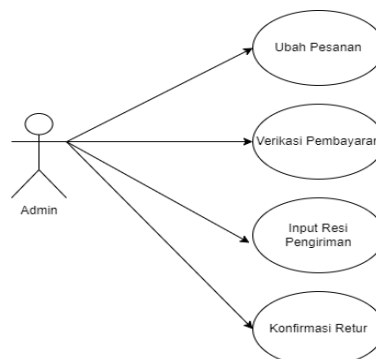
Sumber pendapatan yang didapatkan adalah hasil dari penjualan produk pada Toko Nazwa Collection.

3.3.9 Cost Structure

Biaya yang dikeluarkan pada Toko Nazwa Collection meliputi biaya sewa toko, biaya pembelian stok produk, biaya packing, biaya listrik, biaya internet dan biaya sewa *domain* dan *hosting*.

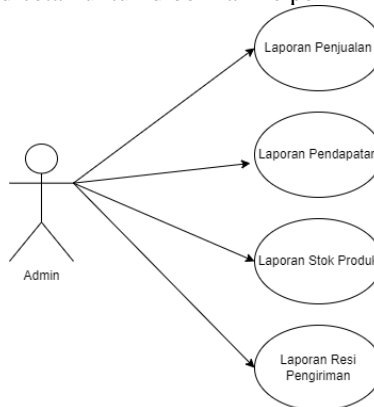
3.4 Use Case Diagram

Pada gambar 5 terdapat 4 *Use Case* yang ada pada *Use Case diagram* transaksi *admin*, yaitu: ubah pesanan, verifikasi pembayaran, *input* resi pengiriman, dan konfirmasi retur. Semua aktifitas *Use Case* transaksi dijalankan oleh *website*.



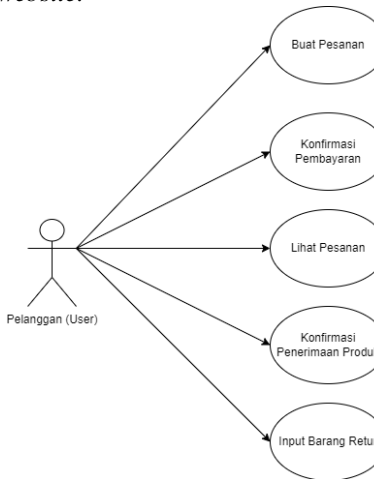
Gambar 5. Use Case Diagram Transaksi Admin

Pada gambar 6 terdapat 4 *Use Case* yang ada pada *Use Case diagram* laporan *admin*, yaitu: laporan penjualan, laporan pendapatan, laporan stok produk dan laporan resi pengiriman. Semua aktifitas *Use Case* laporan ini bisa diunduh oleh *admin* dan dicetak untuk diberikan ke pemilik toko.



Gambar 6. *Use Case Diagram* Laporan Admin

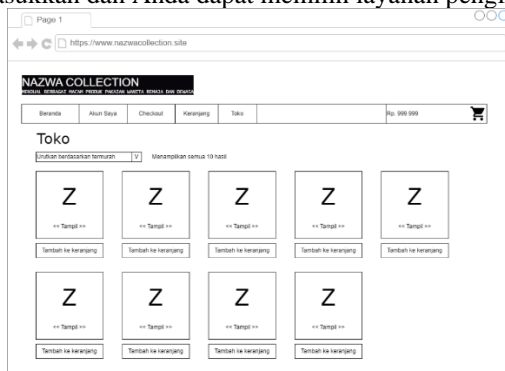
Pada gambar 7 terdapat 5 *Use Case* yang ada pada *Use Case diagram* transaksi pelanggan, yaitu: buat pesanan, konfirmasi pembayaran, lihat pesanan, konfirmasi penerimaan produk dan *input* barang retur. Semua aktifitas *Use Case* transaksi terjadi pada *website*.



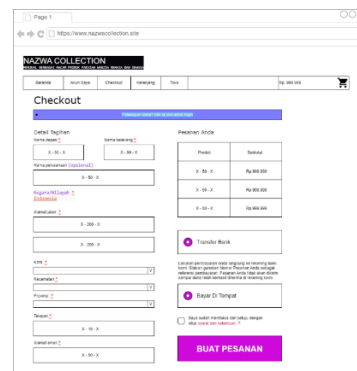
Gambar 7. *Use Case Diagram* Transaksi Pelanggan

3.5 Rancangan Layar

Gambar 8 adalah layar toko yang menampilkan daftar produk yang dijual di toko Nazwa Collection. Gambar 9 merupakan tampilan halaman pembayaran. Pada halaman ini, informasi alamat pengiriman dimasukkan dan Anda dapat memilih layanan pengiriman.



Gambar 8. Rancangan Layar Toko



Gambar 9. Rancangan Layar Checkout

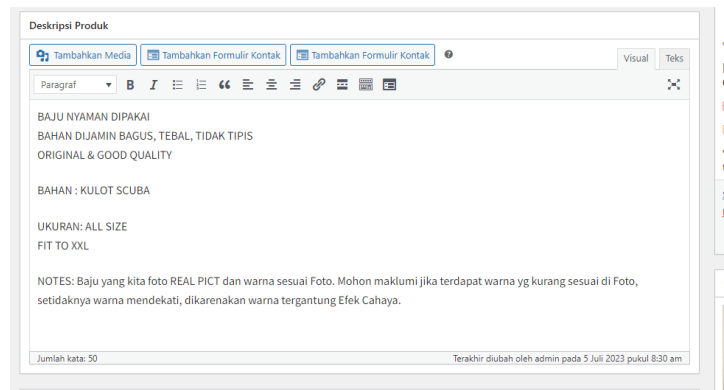
3.6 Strategi SEO

Saat menerapkan strategi optimisasi mesin pencari, peneliti bertugas membuat halaman dan konten halaman web yang dapat diindeks oleh mesin pencari. Plugin Yoast SEO digunakan untuk mempermudah proses optimisasi SEO website. Untuk mempercepat proses pengindeksan mesin pencari Google, Anda perlu membuat peta situs Koleksi Toko Nazwa di Google Search Console. Pada Gambar 10, masukkan judul untuk memudahkan pencarian produk. Masukkan deskripsi produk, penjelasan produk dan kata kunci pada gambar 11. Pada Gambar 12, masukkan kata kunci untuk menampilkan produk yang ditulis pengunjung dengan mudah. Masukkan deskripsi meta yang digunakan untuk mendeskripsikan halaman pada Gambar 13 saat muncul di situs web Google. Pada Gambar 14 hasil strategi SEO menggunakan Yoast SEO dan Google Search Console pada Nazwa Collection Store dapat menampilkan website Store di halaman pertama Google.



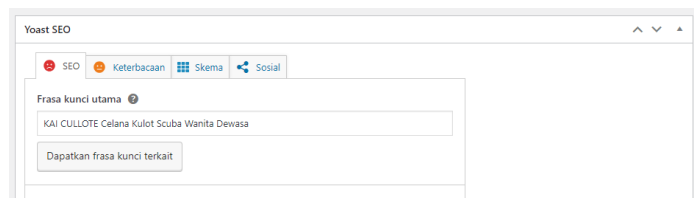
Gambar 10. Judul Produk

Judul produk digunakan untuk memudahkan pencarian produk *website* yang ingin dicari pelanggan.



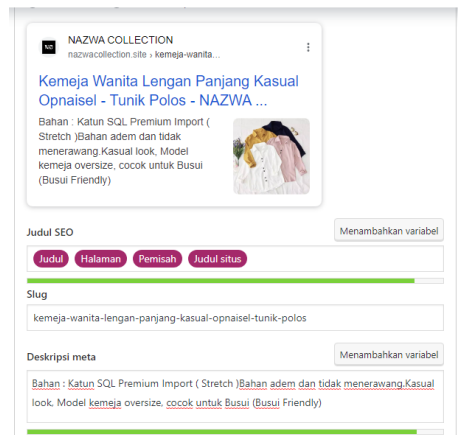
Gambar 11. Deskripsi Produk

Deskripsi produk digunakan untuk memberikan informasi jenis produk yang dijual pada *website*.



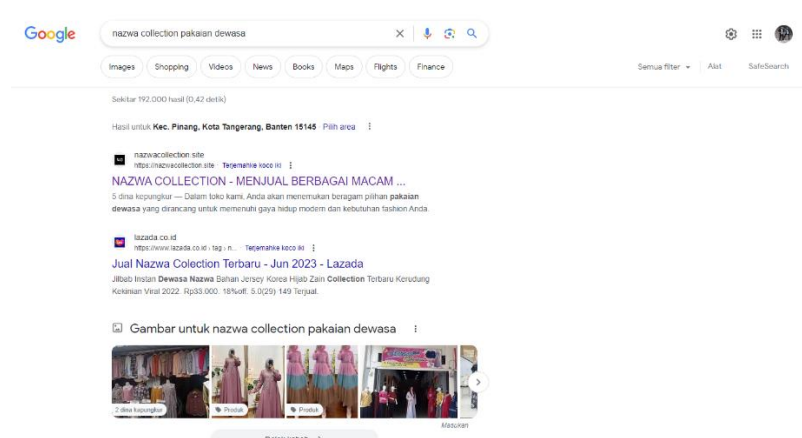
Gambar 12. Frasa Kunci

Frasa kunci akan memudahkan pengunjung dalam menunjukkan produk apa yang mereka ketikkan.



Gambar 13. Deskripsi Meta

Deskripsi Meta digunakan untuk penggambaran halaman pada saat tampil di *website google*.



Gambar 14. Hasil SEO

Hasil Strategi SEO menggunakan Yoast SEO dan *Google search console* pada Toko Nazwa Collection dapat menampilkan situs Toko pada halaman pertama *google*.

3.7 Strategi Marketing

Dari perspektif pemasaran, peneliti menggunakan WhatsApp, dan situs *web* sebagai alat periklanan untuk toko yang diusulkan meningkatkan pendapatan penjualan dengan meningkatkan kualitas kontennya, melakukan promosi seperti potongan harga/kupon dan rajin mempublikasikan produk baru agar calon pelanggan percaya bahwa situs ini benar-benar aktif.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan kajian pengumpulan data sebelumnya oleh peneliti dan pembahasan di toko Nazwa Collection, dapat disimpulkan bahwa proses bisnis Toko Nazwa Collection diharapkan dapat lebih optimal karena proses pemasaran produk di website toko online dapat menjangkau toko online yang lebih luas di pasaran karena pelanggan dapat mengakses website toko online 24 jam sehari dan pelanggan dapat membeli tanpa harus mengunjungi toko secara langsung. Dengan membuat fitur-fitur seperti informasi produk, katalog produk, kupon dan informasi promosi, pemilik toko berharap dapat meningkatkan penjualan di toko Nazwa Collection.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Azwar, Hamria, and Elisya Muksin, “TRANSAKSI PENJUALAN TOKO PAKAIAN BUMDES LIMBATO KABUPATEN BOALEMO,” *JURNAL SISTEM INFORMASI DAN TEKNIK KOMPUTER*, vol. 6, no. 2, pp. 141–149, 2021.
- [2] V. Kristianingrum and M. F. Y. Al-Fadillah, “Perancangan Website E-Commerce Penjualan Ikan Cupang,” *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika)*, vol. 18, no. 3, pp. 164–180, Feb. 2022, doi: 10.26487/jbmi.v18i3.19538.
- [3] Suriyati, “Desain Perancangan E-Commerce Kain Tenun Lombok Desa Sukarara Lombok Tengah,” vol. 2, no. 2, p. 36, 2019.
- [4] F. Alfiah, R. Tarmizi, and A. A. Junidar, “PERANCANGAN SISTEM E-COMMERCE UNTUK PENJUALAN PAKAIAN PADA TOKO A&S,” 2020.
- [5] Badrudin and Rayan Nurdin, “SIM (Sistem Informasi Manajemen) Kurikulum Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Berbasis CMS Wordpress Badrudin*) Rayan Nurdin *) Corresponding Author,” 2019. [Online]. Available: <http://ecampus.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/takdib/index>
- [6] F. Ramadhan and L. Fajarita, “IMPLEMENTASI RANCANGAN E-COMMERCE PADA SURYA TIMUR COLLECTION DENGAN METODE BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS),” 2020.
- [7] Sonata and Fifin, “Pemanfaatan UML (Unified Modeling Language) Dalam Perancangan Sistem Informasi E-Commerce Jenis Customer-To-Customer,” *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, vol. 8, no. 1, p. 22, Jun. 2019, doi: 10.31504/komunika.v8i1.1832.
- [8] P. S. Hasugian, “PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI,” 2018.
- [9] Diki Rasapta, Syndhe Qumaruw Syty, and Septa, “MENGENAL DAN MENERAPKAN ECOMMERCE UNTUK MENGAMBIL PELUANG USAHA UNTUK GENERASI MUDA DI SMK BISTEK CIBINONG,” vol. 1, no. 1, 2022, [Online]. Available: <https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/AJP/index>
- [10] Rafi Bagaskara Halilintar and Dony Ariyus, “Implementasi SEO (Search Engine Optimization) Pada Website AGC(Auto Generated Content) Untuk Meningkatkan SERP (Search Engine Result Page) Studi Kasus: Website Gallery,” *Universitas AMIKOM Yogyakarta*, vol. 5, pp. 13–18, Feb. 2018.