

PENERAPAN *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS)* PADA TOKO COMBI SHOP

Ivan Dhafalla Firmansyah^{1*}, Dian Anubhakti²

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

Email: ^{1*}1912500756@student.budiluhur.ac.id, ²dian.anubhakti@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak- Bersaing di dunia bisnis dalam perkembangan teknologi informasi semakin berkembang cepat dan berdampak kepada masyarakat. Hampir semua kegiatan manusia sekarang menggunakan internet. Teknologi modern saat ini hampir menguasai semua bidang, bahkan transaksi jual beli dilakukan lewat *online* melalui *e-commerce*. Toko Combi Shop saat ini menjual berbagai jenis pakaian fashion wanita. Saat ini Combi Shop memiliki media sosial namun informasi mengenai transaksi tidak dapat dimiliki oleh pemilik usaha sehingga pelanggan yang datang hanya sekitaran wilayah toko saja. Selama ini Combi Shop masih menggunakan toko fisik saja untuk berjualan. Combi Shop juga tidak memiliki laporan lengkap hasil penjualan sehingga menyulitkan pemilik usaha untuk mendapatkan data laporan hasil transaksi penjualannya. Oleh karena itu, peneliti berusaha mengimplementasikan *e-commerce* menggunakan layanan internet, *hosting*, dan *domain* dengan bantuan *Content Management System (CMS) WordPress* untuk mendukung aktivitas toko Combi Shop mendapatkan informasi-informasi data yang selama ini dibutuhkan. Analisis sistem ini menggunakan *Business Model Canvas (BMC)* dan teknik optimasi *Search Engine Optimization (SEO)*. Tahap pengumpulan data yang penting meliputi wawancara, observasi dan analisis dokumen. Website *e-commerce* ini dibuat dan bisa langsung digunakan oleh Combi Shop agar bisa bersaing dengan toko *online* lainnya. Bantuan situs *e-commerce* ini juga bertujuan untuk menarik pelanggan dari mana saja dan melakukan transaksi kapan saja tanpa harus datang ke tempat.

Kata Kunci: *E-Commerce, Wordpress, Content Management System, Business Model Canvas, Website*

IMPLEMENTATION *E-COMMERCE* USING *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS)* AT COMBI SHOP STORE

Abstract- *Competing in the business world Information technology is evolving quickly and is having an effect on society. Almost all human activities now use the internet. Modern technology currently dominates almost all fields, even buying and selling transactions are carried out online via e-commerce. Combi Shop store currently sells various types of women's fashion clothing. Currently, the Combi Shop has social media, but business owners cannot have information about transactions, so customers who come only around the shop area. So far, the Combi Shop still only uses physical stores to sell. The Combi Shop also does not have a complete report on sales results, making it difficult for business owners to obtain report data on the results of their sales transactions. Therefore, researchers are trying to implement e-commerce using internet, hosting, and domain services with the help of the WordPress Content Management System (CMS) to support Combi Shop activities to get the data information that has been needed so far. This system analysis uses the BMC and SEO optimization techniques. Important data collection stages include interviews, observation and document analysis. This online store website was created and can be directly used by Combi Shop so that it can compete with other online stores. The help of this e-commerce site also aims to attract customers from anywhere and make transactions at any time without come at that place.*

Keywords: *E-Commerce, Wordpress, Content Management System, Business Model Canvas, Website*

1. PENDAHULUAN

Transaksi saling menukar barang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari secara digital dikenal sebagai *e-commerce*. Sistem transaksi *online* telah membuat bisnis lebih mudah berinteraksi dengan orang lain melalui media internet [1]. Toko Combi Shop adalah toko yang bergerak dibidang fashion pakaian wanita yang terletak di Kecamatan Kebayoran Baru Kota Jakarta Selatan. Combi Shop menjual berbagai jenis pakaian wanita seperti kemeja, celana kulot, *jogger*, kargo, gamis kaftan, *sweater*, jaket, dan tunik. Saat ini toko memiliki media sosial namun informasi mengenai transaksi tidak dapat dimiliki oleh pemilik usaha oleh sebab itu dibutuhkan aplikasi berbasis web yang dapat digunakan sebagai informasi oleh Combi Shop. Combi Shop juga tidak memiliki informasi catatan laporan data transaksi dari hasil penjualan produk, pemesanan dan pendapatan sehingga pemilik sulit untuk mendapatkan informasi laporannya. Kendala lainnya pelanggan sulit dalam mengetahui informasi lengkap produk dan jumlah stok produk sehingga pelanggan kehabisan stok dan harus menghubungi pihak Combi

Shop atau datang ke tempat untuk menanyakannya. Dengan ini, Penulis mengusulkan pembuatan *e-commerce* dengan metode *Business To Customer (B2C)* pada toko Combi Shop dengan harapan Combi Shop dapat memberikan informasi lebih detail mengenai produknya dan mendukung aktivitas penjualan produknya menggunakan *Content Management System (CMS)*.

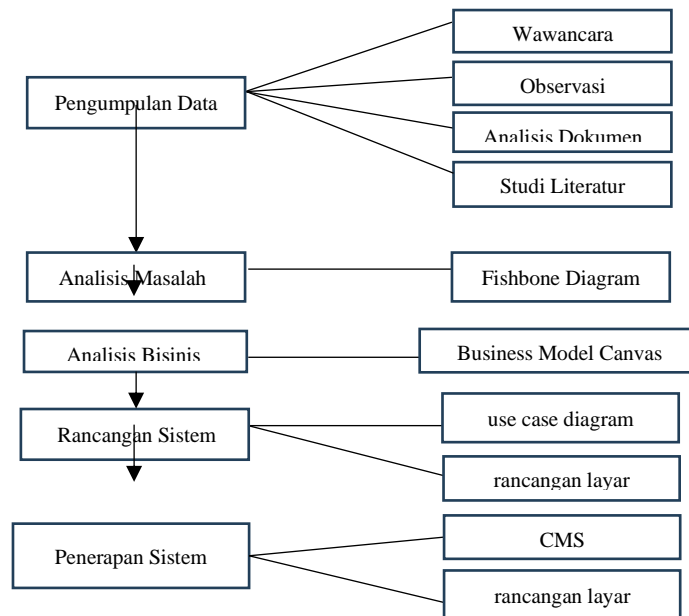
Pada penelitian dilakukan sebelumnya [2] yang membahas tentang penjualan busana muslim menggunakan *CMS Wordpress* pada toko NOEM. Penelitian yang dibuat tidak ada memanfaatkan media sosial ke dalam website toko *online* untuk membantu mengencarkan promosi agar jangkauan pasar lebih luas. Dari uraian masalah tersebut maka diperlukan media sosial agar bisa meningkatkan promosi, serta hubungan baik dengan pelanggan. Metode yang digunakan adalah *BMC* dan optimasi dengan teknik *SEO*. Dengan terciptanya website *e-commerce* ini akan menjadi tempat media utama untuk mempromosikan produk karena produk dapat dipajang setiap hari secara *onlin*. Pada penelitian yang dilakukan sebelumnya [3] yang membahas tentang implementasi *e-commerce* menggunakan *CMS Wordpress* untuk penjualan yang bergerak dibidang produk perkebunan. Sempitnya area pemasaran dan keterbatasan media promosi membuat toko Organik Hebat sulit berkembang. pada masa pandemi *covid-19*, toko mengalami penurunan penjualan dengan terkena dampak pandemi.. Untuk itu dibuatlah halaman web toko *online* menggunakan *CMS*. Bedanya dengan penelitian ini adalah menggunakan metode air terjun yang biasa disebut dengan *SDLC (Software Development Life Cycle)*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mmbantu penjualan produk, memperluas pemasaran dan memberikan informasi kepada pelanggan..

Pada penelitian yang dilakukan sebelumnya [4] yang membahas tentang penjualan *online* pakaian anak – anak pada toko ADHIZZSHOP menggunakan *woocommerce* . Penjualan toko bisa menggunakan media *online* seperti *watsapp* dan *facebook*. Permasalahan yang ada pada toko ADHIZZSHOP yaitu tidak ada peningkatan dalam pemasaran produk yang dijualnya dan tidak ada laporan hasil penjualan sehingga minimnya informasi keuntungan produk yang sudah dijual oleh pihak toko. Penulisan ini menggunakan penelitian terapan (*Applied Research*). Di penelitian ini Peneliti menyarankan untuk menggunakan sistem pembayaran yang otomatis supaya mempermudah pelanggannya. Dengan permasalahan yang ada , maka peneliti melakukan rancangan usulan pada toko Combi Shop berupa sistem *e-commerce*. Dengan menggunakan metode *Business Model Canvas* sebagai analisa bisnisnya. Strategi yang dapat diterapkan di *e-commerce* berupa peningkatan jumlah pelanggan dan pengenalan produk yang dapat dipajang setiap hari di website. Dari website ini, toko dapat memperoleh informasi – informasi mengenai data transaksi dan dari data transaksi yang sudah terkumpul bisa bermanfaat untuk pemilik toko dalam pengambilan keputusan. Selain itu dengan sistem *e-commerce* pelanggan bisa beli kapanpun dan dimanapun.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian bertujuan untuk menjelaskan alur penelitian secara keseluruhan oleh peneliti yang sudah disusun menggunakan diagram alir. Gambar 1 adalah tahapan penelitian yang dibuat oleh peneliti.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Pada Gambar 1 peneliti menjelaskan bahwa penelitiannya memiliki berbagai tahapan seperti pengumpulan data berupa observasi, wawancara, studi dokumen, dan studi literatur. Ada analisis masalah yang menggunakan *fishbone diagram*, analisa proses bisnis menggunakan *BMC*, rancangan sistem, dan penerapan sistem.

2.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam metode ini, peneliti menggunakan beberapa tahapan untuk mengumpulkan data dari tempat yang sudah dipilih: **Wawancara** dengan membuat list pertanyaan dan langsung ketemu pemilik tokonya. **Observasi** dengan cara datang ke tempat yang menjadikan objek peneliti yang berada di Jatayu, Jakarta Selatan. **Analisa Dokumen** dengan cara mengumpulkan data dari dokumen, catatan atau laporan hasil penjualannya. **Studi Literatur** dengan mencari refrensi - refrensi yang berhubungan dengan masalah yang ada atau topik yang sedang dibahas.

2.3 Analisis Masalah

Setelah melakukan proses wawancara dan lainnya , peneliti melakukan Analisa masalah menggunakan *fishbone diagram*. Metode dari *Seven Quality Tools* digunakan untuk menentukan sumber masalah yang ada [5]. Kepala ikan sebagai permasalahan dan tulang-tulang ikan sebagai sebab akibat dari permasalahan yang terjadi.

2.4 Analisis Proses Bisnis

Teknik analisis proses bisnis menggunakan *Business Model Canvas (BMC)* yang memiliki strategi manajemen yang berupa grafik visual yang terdiri dari sembilan komponen [6]. Hal penting yang harus diperhatikan dari point *Business Model Canvas (BMC)* ini adalah *Key Partners* yang berfokus pada kerja sama antara toko Combi Shop dan pihak lainya. *Key Activities* yang menjelaskan gambaran kegiatan utama toko Combi Shop. *Value Propotion* yang merupakan nilai kelebihan produk dari toko yang bisa ditonjolkan di *e-commerce*. *Customer Relationship* yang berfokus pada membuat hubungan yang baik dengan pelanggan dengan berbagai macam cara yang dilakukan oleh pihak toko. *Customer Segment* yang berfokus pada klasifikasi konsumen tertentu untuk target penjualannya. *Channels* yang merupakan proses tempat untuk berjualan dan melakukan promosi. *Key Resources* sumber daya yang dibutuhkan pada toko. *Revenue Streams* mengenai sumber pendapatan penjualan dari semua produk. *Cost Structure* sumber biaya dari semua yang berhubungan dengan toko Combi Shop.

Aturan bisnis yang baru juga akan diterapkan. Setiap pelanggan harus mempunyai akun dalam melakukan transaksi di website Combi Shop. Setiap Pelanggan dapat memilih lebih dari satu produk pada transaksi. Setiap

Pelanggan dapat mengembalikan (*refund*) produk jika tidak sesuai maksimal tiga hari kerja. Foto bukti kecacatan produk jika ingin dikembalikan dan kirim via *WhatsApp* yang sudah tercantum nomornya di website. Metode pembayaran yang digunakan adalah transfer bank. *Upload* bukti transfer di website Combi Shop.

2.5 Rancangan Sistem

Hasil analisis digunakan untuk mengembangkan sistem model baru. Dari masalah yang ada, akan diusulkan ke pemilik toko. Rancangan sistem model baru dibuat menggunakan use case diagram yang dimana diagram ini menunjukkan bagaimana sistem dan pengguna berinteraksi satu sama lain [7]. Dengan sistem dan desain rancangan layar dari fitur-fitur yang ada di website *e-commerce*.

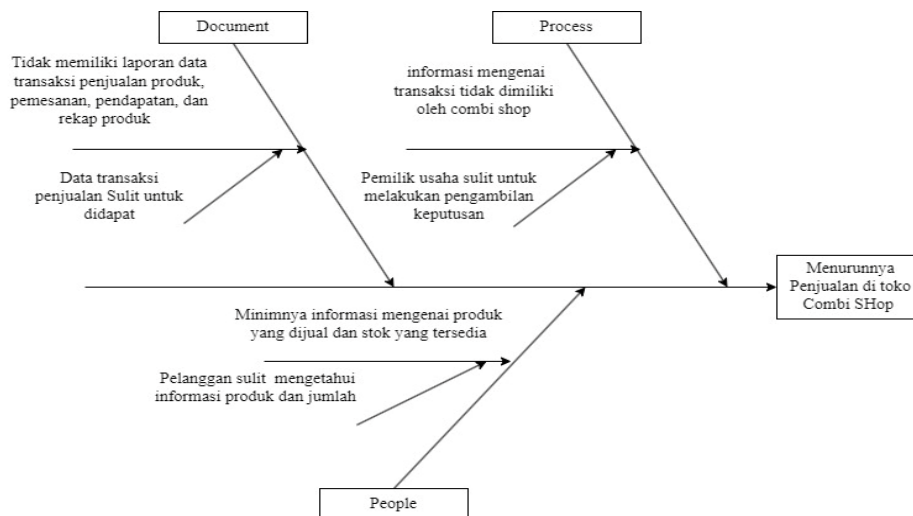
2.6 Penerapan Sistem

Website *e-commerce* yang diimplementasikan melalui *Content Management System (CMS)* kemudian ditambahkan menggunakan *WooCommerce*, menjadikannya informasi sistem yang berisi informasi produk yang tersedia.[8]. Dalam website ini sudah menggunakan *hosting* dan nama *domain*, sistem *e-commerce* sudah bekerja secara *online* dan dapat diakses di mana saja dan kapan saja. Bantuan Menggunakan teknik optimasi *Search Engine Optimization (SEO)* agar *e-commerce* dapat meningkatkan atau muncul di halaman satu *google search*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Fishbone Diagram

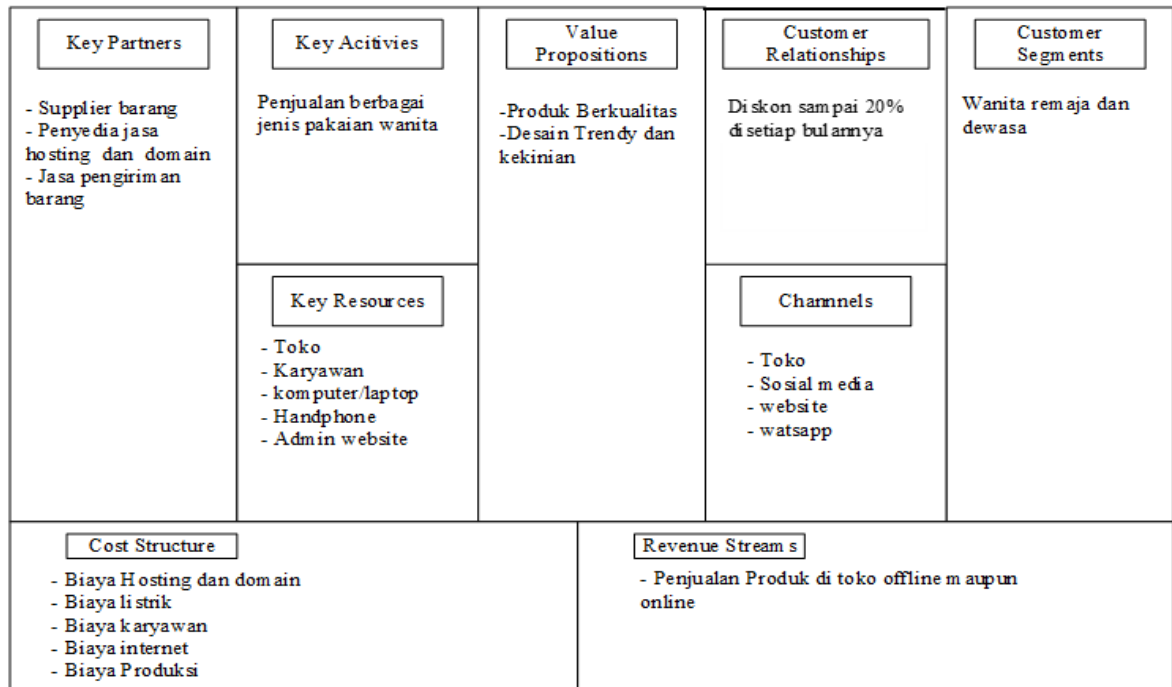
Pada Gambar 2 terdiri dari beberapa kategori yaitu *document*, *process*, dan *people* yang masing-masing memberi penjelasan isi sebab akibat dari suatu permasalahan.



Gambar 2. Fishbone Diagram

3.2 Business Model Canvass

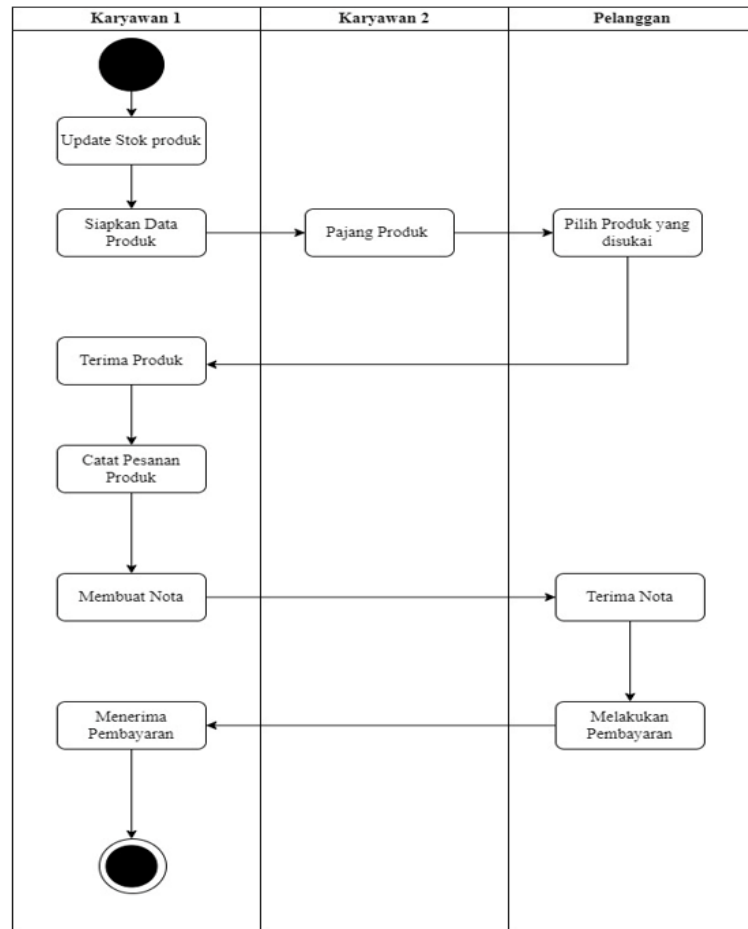
Strategi untuk membuat ide dan konsep dari sebuah bisnis dalam bentuk pemetaan. *BMC* ini memiliki 9 bagian, yaitu *Key Partners*, *Key Activites*, *Key Resources*, *Value Proposition*, *Customer Relationship*, *Channel*, *Customers Segments*, *Cost Structure* dan *Revenue Streams*.



Gambar 3. Business Model Canvas (BMC)

Pada Gambar 3 *Key Partners* diisi dengan *supplier* barang, penyedia jasa *hosting* dan *domain*, jasa pengiriman barang. *Key Activities* diisi dengan aktivitas utama penjualan berbagai jenis pakaian Wanita. *Value Propositions* diisi dengan keunggulan produk yang Combi Shop punya seperti produk berkualitas, desain yang *trendy* dan kekinian. *Customer Relationship* diisi dengan cara toko terus berhubungan kepada pelanggan agar setia kepada Combi Shop. *Customers Segments* diisi dengan segmentasi atau target penjualan kepada Wanita remaja dan dewasa. *Key Resources* diisi dengan sumber daya yang dibutuhkan seperti toko, karyawan, komputer/laptop, *handphone*, admin website. *Channels* diisi dengan tempat untuk berjualan dan media promosi seperti toko, sosial media, *whatsapp*, website. *Cost Structure* mencakup biaya yang mencakup toko seperti biaya *hosting* dan *domain*, biaya listrik, biaya karyawan, biaya internet, dan biaya produksi. *Revenue Streams* diisi dengan pendapatan penjualan produk di toko fisik maupun *online*.

3.3 Activity Diagram Berjalan

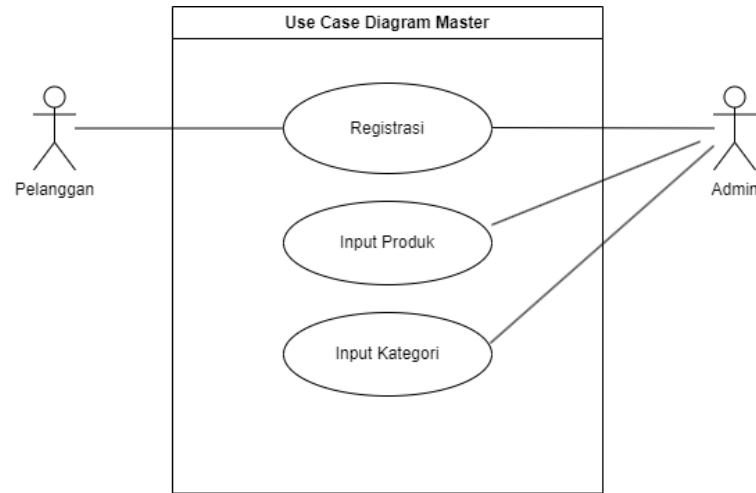


Gambar 4. Activity Diagram Berjalan

Pada gambar 4 merupakan *activity* diagram proses bisnis yang sedang berjalan. Mencakup karyawan dan pelanggan . Mulai dari karyawan yang selalu *restock* produk dan pajang produk lalu pelanggan datang dan memilih produk yang disukai. Karyawan menerima produk pelanggan, mencatat pesanan produk, dan membuat nota. Pelanggan menerima nota yang telah dibuat oleh karyawan dan melakukan pembayaran. Karyawan menerima pembayaran dari pelanggan.

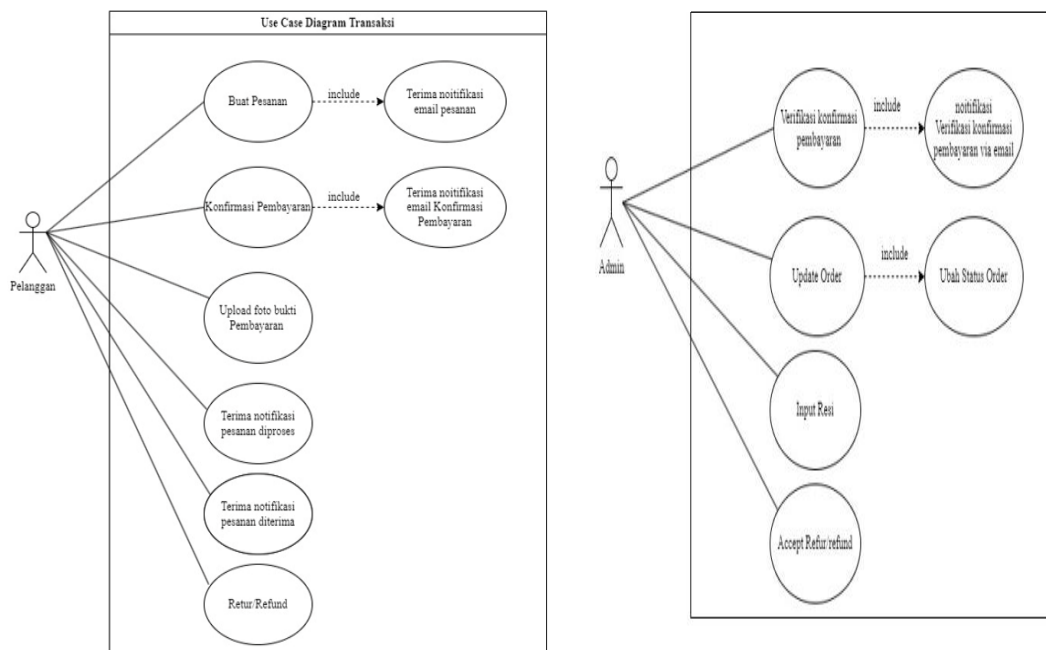
3.4 Use Case Diagram

Use case diagram master termasuk tindakan aktor yang terkait dengan registrasi akun, input produk, dan input kategori. *Use case* ini dapat dilihat pada gambar 5 sebagai berikut : .



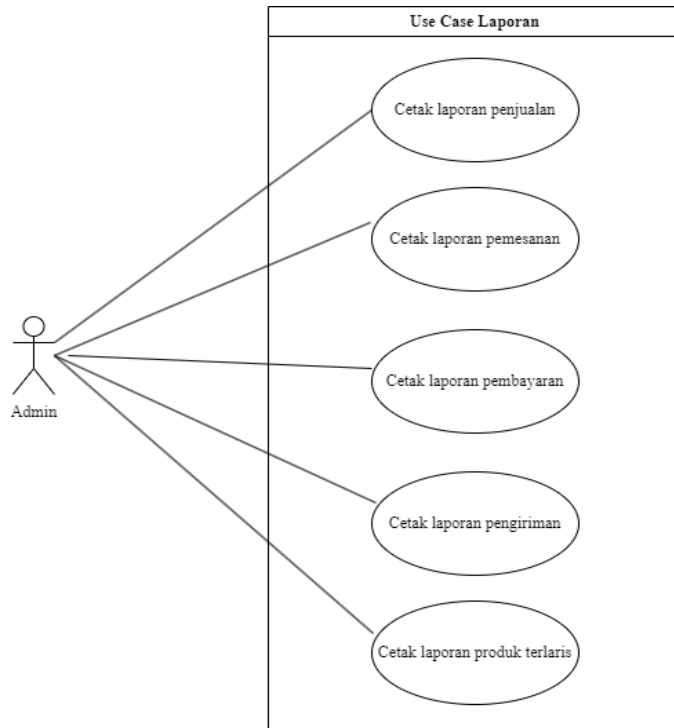
Gambar 5. Use Case Diagram Master

Pada gambar 6 use case transaksi berisi kegiatan dari pelanggan dan pegawai admin yang di mana pelanggan melakukan *order*, melakukan konfirmasi pembayaran, mendapatkan notifikasi email, *upload* foto bukti pembayaran, menerima konfirmasi pesanan diproses, menerima notifikasi pesanan diterima, dan bisa melakukan *refund* saat barang sudah sampai dan tidak sesuai. Kemudian admin melakukan verifikasi pembayaran dan mendapat notifikasi email, lihat data *order* dan ubah status *order*, dan melakukan input resi dan menerima permintaan *refund* dari pelanggan.



Gambar 6. Use Case Diagram Transaksi

Pada gambar 7 use case laporan berisi tentang pembuatan laporan kegiatan seperti laporan penjualan, laporan pemesanan, laporan pembayaran, laporan pengiriman, dan laporan produk terlaris .



Gambar 7. Use Case Diagram Laporan

3.5 Rancangan Layar

Rancangan layar merupakan tampilan awal dari program sistem penjualan, yang berisi menu dan form [9]. Hasil rancangan layar :

Pada gambar 8 menampilkan tampilan layar *login* Combi Shop yang berfungsi untuk menampilkan halaman isi form *login* pada website. Dan gambar 9 menampilkan layar *checkout* produk beserta alamat lengkap dan *button* “*place order*” untuk menyelesaikan *checkout*.

Gambar 8 . Tampilan Layar *login*

The screenshot shows a checkout interface with the following elements:

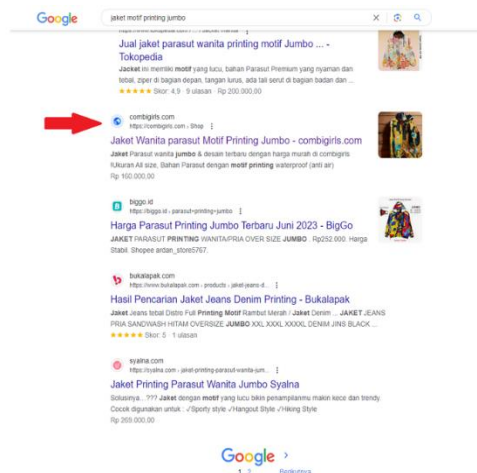
- Billing Details:**
 - Form fields for "Nama Depan" (x-30-x) and "Nama Belakang" (x-30-x).
 - Form field for "Alamat jalan" (x-60-x).
 - Form field for "Provinsi, Kota, kecamatan, dan kode pos" with a dropdown menu showing "<Pilih>".
 - Form field for "Pin Alamat (Untuk pengiriman instant atau same day)" with a dropdown menu showing "Pin lokasimu".
 - Form field for "No Tlp" (x-12-x).
 - Form field for "Email" (x-30-x).
- Pesanan Anda:** A box containing a large, stylized number "7".
- Transfer Bank:** A radio button labeled "Transfer Bank".
- PLACE ORDER:** A button to complete the purchase.

Gambar 9 . Tampilan Layar checkout

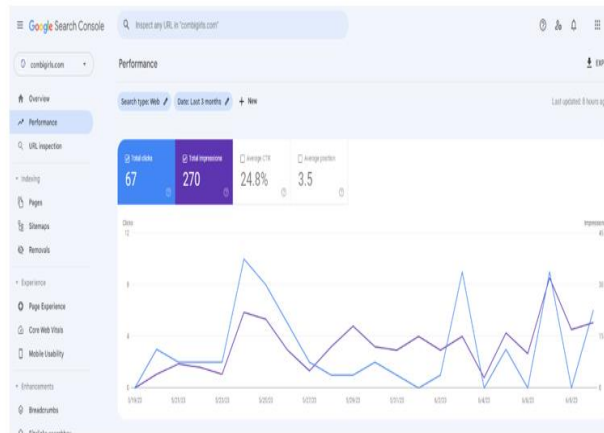
3.6 Search Engine Optimization

Pengoptimalan *SEO* dengan mendaftarkan *domain* ke *Google Search Console* dan memanfaatkan *plugin Yoast SEO* yang termasuk dalam *CMS Wordpress* [10]. *Yoast SEO* membantu untuk fokus mencari kata kunci yang tepat agar website mudah dicari.

Pada gambar 10 merupakan hasil pencarian *google* dengan 4 *keyword* “ jaket motif printing jumbo”. Pada gambar 11 merupakan hasil penerapan dari *domain* yang sudah difatarkan ke *Google Search Console*



Gambar 10. Hasil Pencarian Halaman Google



Gambar 11. Hasil Pendaftaran *Google Search Console*

4. KESIMPULAN

Berikut kesimpulan yang dapat diambil oleh penulis berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan: Dengan adanya website *e-commerce* dapat membantu Combi Shop mendapatkan informasi lebih mengenai detail transaksi yang sebelumnya tidak ada, memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi lengkap mengenai produk karena produk sudah terpajang selama 24/7 sehingga pelanggan bisa akses kapanpun. Selain itu dengan diterapkannya sistem yang memanfaatkan optimasi mesin pencari dalam tampilan untuk pencarian *keyword*, pelanggan dapat mudah mencari Combi Shop sebagai *e-commerce* yang menawarkan berbagai jenis produk

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Riswandi, “TRANSAKSI ON-LINE (E-COMMERCE): PELUANG DAN TANTANGAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM,” *Jurnal Econetica*, vol. 1, pp. 1–13, 2019.
- [2] S. S. Widiastuti and G. Triyono, “PENERAPAN E-COMMERCE DENGAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) UNTUK PELAYANAN PENJUALAN BUSANA MUSLIM PADA TOKO NOEM,” *Jurnal IDEALIS*, vol. 2, pp. 404–411, 2019.
- [3] Ratih and A. D. Sukma, “IMPLEMENTASI E-COMMERCE MENGGUNAKAN CMS WORDPRESS PADA UMK ORGANIK HEBAT,” *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, vol. 3, pp. 98–109, 2021.
- [4] Syuhendra and A. U. Hamdani, “PENJUALAN ONLINE BERBASIS E-COMMERCE PADA TOKO ADHIZZSHOP DENGAN MENGGUNAKAN WOOCOMMERCE,” *Jurnal IDEALIS*, vol. 3, pp. 26–34, 2020.
- [5] Y. A. Sujarwo and A. Ratnasari, “Aplikasi Reservasi Parkir Inap Menggunakan Metode Fishbone Diagram dan QR-Code,” *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, vol. 9, no. 3, pp. 302–309, Aug. 2020, doi: 10.32736/sisfokom.v9i3.808.
- [6] R. Awaluddin, “PELATIHAN PENGEMBANGAN BISNIS BUMDES DENGAN ANALISIS SWOT DAN BUSINESS MODEL CANVAS DI DESA LENGKONG, KUNINGAN,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 04, pp. 116–125, 2021.
- [7] G. F. Fitriana, “Pengujian Aplikasi Pengenalan Tulisan Tangan Menggunakan Model Behaviour Use Case,” *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, vol. 7, pp. 200–213, 2020.
- [8] A. T. Martadinata and I. Zaliman, “Perancangan dan Implementasi Sistem Informasi E-Commerce dengan menggunakan Content Management System (CMS), WooCommerce dan Xendit Pada Koperasi Universitas Bina Insan,” *JURNAL SIGMATA*, vol. 9, pp. 16–21, 2020.
- [9] F. Anastasya, I. Agus, and B. M. W. Hutajulu, “PERANCANGAN APLIKASI PENJUALAN, PEMBELIAN PADA TOKO NODENT STORE BERBASIS JAVA NETBEANS DI BUARAN JAKARTA TIMUR,” *Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi dan Komputer*, vol. 11, pp. 50–55, 2021.
- [10] D. Riandika and A. U. Hamdani, “Implementasi E-Commerce Dengan Teknik SEO dan Strategi Pemasaran 4P Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Aksesoris Motor Pada XYZ Motoshop,” *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, vol. 4, no. 3, p. 785, Jul. 2020, doi: 10.30865/mib.v4i3.2242.