

IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* BEBASIS *WEBSITE* PADA ANFIELDMART

Ahmad Renaldi Iskandar¹, Dian Anubhakti^{2*}

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

Email: ¹yusufrendii08@gmail.com, ^{2*}dian.anubhakti@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak-Anfieldmart merupakan toko yang menawarkan berbagai macam *jersey* dan aksesoris khusus untuk Liverpool Football Club. Sebagai bagian dari pengelolaan bisnisnya, usaha tersebut membuka toko fisik dan mempromosikan produk menggunakan spanduk etalase. Selain itu, promosi juga dilakukan dengan media sosial seperti *Facebook* dan *Whatsapp*. Dari kedua media tersebut terlihat beberapa masalah, diantaranya dukungan iklan saat ini tidak menjangkau khalayak yang lebih luas, pesanan tidak dapat optimal dikarenakan belum ada media *E-Commerce*, sulit bagi pelanggan untuk menentukan ketersediaan barang. Manajer tidak dapat dengan cepat melihat laporan penjualan karena proses pengelolaan masih dilakukan secara manual. Penelitian ini menawarkan solusi untuk mengatasi permasalahan yang timbul dengan bantuan sistem bisnis elektronik melalui *website*. Dalam pembuatan *website* ini, *Content Management System (CMS)* digunakan dengan *support plugin WOocommerce*, *Search Engine Optimization (SEO)* digunakan untuk mengoptimalkan situs dan *Business Model Canvas (BMC)* digunakan untuk menganalisis perencanaan bisnis. Sedangkan metode yang digunakan untuk perencanaan sistem adalah *Unified Modeling Language (UML)*. Tujuan dari penelitian ini adalah membuat media *e-commerce* Toko Anfieldmart sebagai media belanja online. *Website* tersebut dapat menampilkan produk terbaru dan fitur-fitur yang mempermudah pembeli, serta dapat menampilkan stok barang secara *realtime*. Implementasi *website e-commerce* diharapkan dapat membantu Toko Anfieldmart Online dalam melakukan promosi penjualan secara lebih mudah, serta memberitahukan harga dan stok produk yang tersedia kepada pelanggan dengan mudah. Melalui situs *e-commerce*, proses penjualan lebih maksimal, pelayanan lebih cepat.

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

IMPLEMENTATION *E-COMMERCE* BASED *WEBSITE* AT ANFIELDMART

Abstract-Anfieldmart is a shop that offers a wide range of jerseys and accessories specifically for Liverpool Football Club. As part of running her business, she opens a physical store and promotes products using storefront banners. In addition, promotions are also carried out through social media such as *Facebook* and *Whatsapp*. From the two ad aids, several problems can be seen, including advertising support that currently does not reach a wider audience, orders cannot be optimized because there is no death of *eCommerce* support, it is difficult for customers to determine the availability of goods. Managers cannot quickly view sales reports because the management process is still done manually. The author offers solutions to overcome problems that arise with the help of electronic business systems. To create this website, a *Content Management System (CMS)* is used with support for the *WOocommerce* plugin, and optimizing the site with *Search Engine Optimization (SEO)*. and to analyze the business plan using the *Business Model Canvas (BMC)*. While the method used for system planning is *Unified Modeling Language (UML)*. The purpose of this research is to create Anfieldmart Shop *E-Commerce* media for online shopping media. With this website, you can display the latest products and features that make it easier for buyers, and can view stock items in real time. The implementation of the *E-Commerce* website is expected to help Anfieldmart Online Store make it easier to carry out sales promotions, customers can easily find out product prices and available product stock. through *e-commerce* sites, the sales process is maximized, service is faster..

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

1. PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya teknologi telah mengubah cara hidup masyarakat termasuk Indonesia, pemikiran masyarakat Indonesia masih tradisional dan berangsur-angsur berubah menyerap tenaga kerja dari bidang pertanian, industri dan informasi dan komunikasi. Teknologi telah banyak digunakan di berbagai bidang seperti perbankan, pendidikan dan perdagangan. Dalam kegiatan perdagangan perubahan penggunaan media informasi menyebabkan pergeseran dan perubahan 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 atau jaringan komputer dan seluruh komponen yang ada pada penjualan menggunakan sistem *e-commerce* seperti *customer service*, layanan produk, transaksi pembayaran, dan cara promosi [2].

Penjualan produk secara *online* sudah banyak dilakukan oleh beberapa pelaku usaha, namun toko Anfieldmart belum mengubah proses bisnis penjualannya secara *online*. Anfieldmart ialah toko yang bergerak di bidang penjualan *jersey*. berlokasi di Jl. Dr. Setia Budi, Tangerang, Banten.

Saat ini terdapat masalah yang dihadapi toko Anfieldmart salah satunya pada mengelola proses bisnis penjualan, yaitu proses pemesanan belum bisa optimal dikarenakan belum ada media untuk membantu proses transaksi. pemilik toko tidak bisa melihat laporan penjualan dengan efektif karena pencatatannya masih menggunakan model pembukuan. selain itu, media promosi masih dilakukan dengan cara menyebarkan brosur, sehingga pelanggan kesulitan dalam mengetahui informasi dan detail produk yang dijual secara akurat dan mengakibatkan pendapatan kurang maksimal.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan studi ilmiah yang mengeksplorasi berbagai metode ilmiah termasuk alat yang digunakan dalam penelitian [3].

2.1 Tahapan Penelitian

a. Pengumpulan data

Dalam mengumpulkan data penelitian di Anfieldmart penulis melakukan beberapa metode, yaitu :

1. Observasi
Observasi merupakan sebuah pengamatan secara langsung terhadap suatu objek yang ada di lingkungan meliputi berbagai aktivitas perhatian terhadap objek kajian yang dilakukan secara sengaja atau sadar dan juga teratur [4].
2. Wawancara
Wawancara merupakan komunikasi tatap muka antara dua pihak atau lebih dimana satu pihak bertindak sebagai pewawancara dan pihak lainnya sebagai responden untuk tujuan tertentu, seperti pengumpulan informasi atau pengumpulan informasi. Pewawancara mengajukan pertanyaan-pertanyaan tertentu kepada yang diwawancarai untuk mendapatkan jawaban[5].
3. Analisis Dokumen
Pada tahap ini dilakukan analisis dokumen dengan cara mengumpulkan beberapa dokumen yang ada pada Anfieldmart untuk dianalisis lebih lanjut.
4. Studi Pustaka
Studi pustaka merupakan mengumpulkan informasi data yang dibutuhkan, dengan cara membaca jurnal yang didapat dari pencarian dengan *google scholar*, dan membaca buku tentang implementasi, dasar teori *e-commerce*, dan lain-lain yang didapat dari pencarian *google book* untuk mengetahui sitasi pada jurnal.

b. Analisis Sistem Berjalan

Pada tahap ini dilakukan analisis sistem yang sedang berjalan pada Anfieldmart. dengan menggunakan beberapa metode, yaitu :

1. Fishbone Diagram

Fishbone diagram merupakan teknik grafis yang digunakan untuk mengatur dan menghubungkan interaksi antara faktor-faktor yang mempengaruhi dalam suatu proses. Diagram tulang ikan berguna untuk mengkategorikan berbagai penyebab dari suatu isu atau masalah dengan cara yang mudah dan jelas, serta dapat digunakan untuk menganalisis apa yang sebenarnya terjadi dalam proses dengan membagi proses menjadi beberapa kategori yang berhubungan dengan proses, antara lain orang, material, mesin, proses, kebijakan, dan banyak lagi [6].

2. Business Model Canvas (BMC)

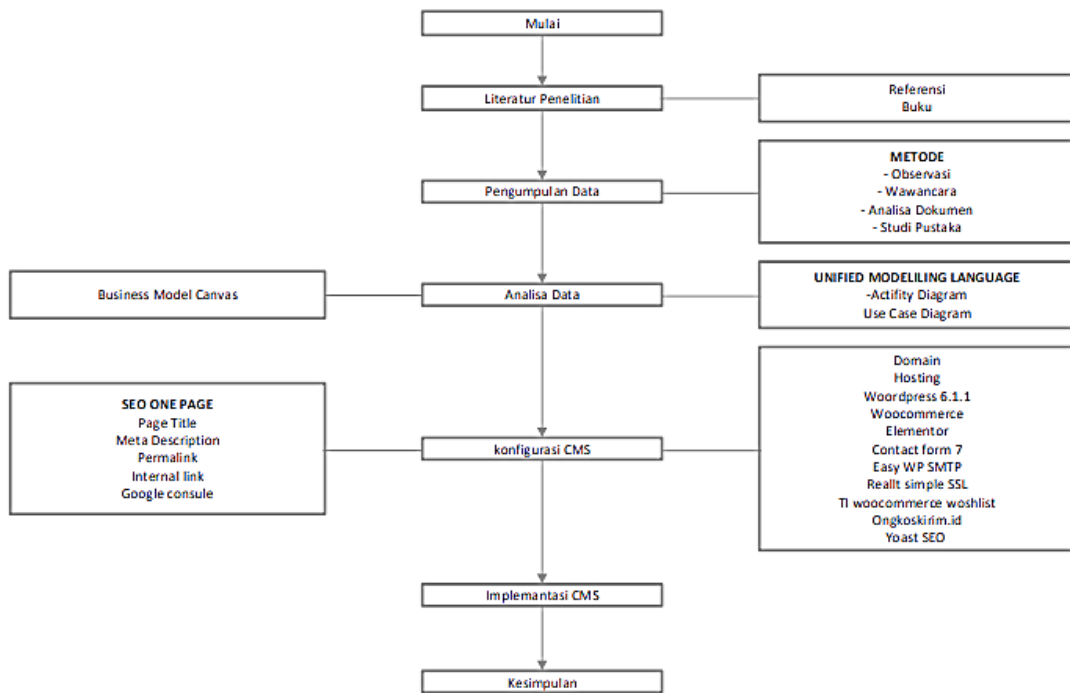
Business Model Canvas (BMC) merupakan representasi *visual* dari model bisnis yang akan diterapkan. Bentuknya berupa lembaran kertas yang berisi detail penjelasan strategi yang diperlukan bisnis untuk meraih sukses di market. Metode ini bisa untuk menuangkan ide bisnis dalam selembar kertas sehingga bisa memvisualisasi bisnis, mendeteksi kelemahan, dan menguji strategi. *Business Model Canvas* (BMC) berguna untuk memvisualisasi semua aspek yang diperlukan untuk mengembangkan *roadmap* bisnis, termasuk konsumen, alur ke market, juga terkait rencana keuangan [7].

3. Analisa Proses Bisnis

Pada tahap ini dilakukan analisa proses bisnis dengan mempelajari aktivitas yang ada pada perusahaan, setelah itu mencatat subproses yang ada di dalam proses bisnis seperti proses masukan dan keluaran, kemudian menggambarkan proses bisnis yang sedang berjalan pada perusahaan dengan menggunakan *rich picture* dan diagram *Use case*.

4. Analisa Perancangan Sistem

Pada tahap ini dilakukan analisis desain sistem dengan memahami konsep analisis sistem dan desain sistem yang akan dilakukan serta membuat konsep desain sistem dengan perencanaan yang representatif. Tahapan penelitian dapat direpresentasikan seperti pada Gambar 1 .



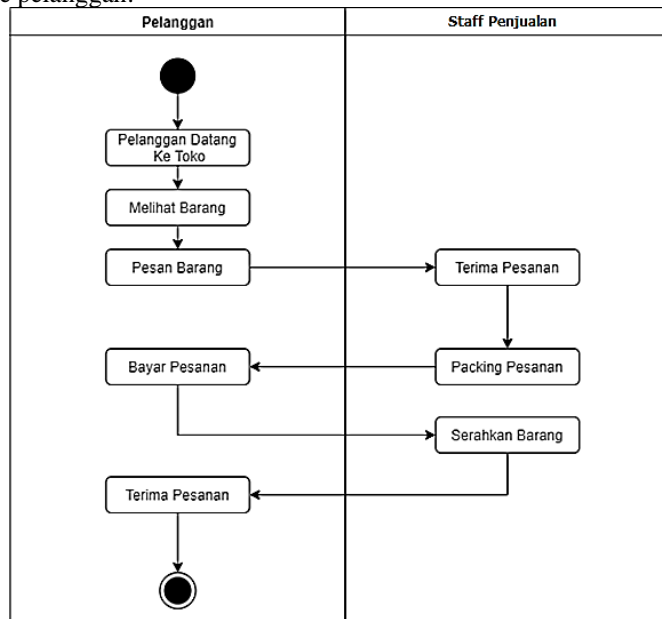
Gambar 1. Kerangka Pemikiran

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Proses Sistem Berjalan

Pada tahap ini menjelaskan langkah-langkah yang terjadi pada setiap proses yang ada sebelum menjadi sistem yang diusulkan. analisa sistem berjalan pada toko Anfieldmart dimulai dari pelanggan datang ke toko, lalu menanyakan barang yang akan dibeli, pelanggan memilih barang, jika pelanggan ingin membeli maka barang

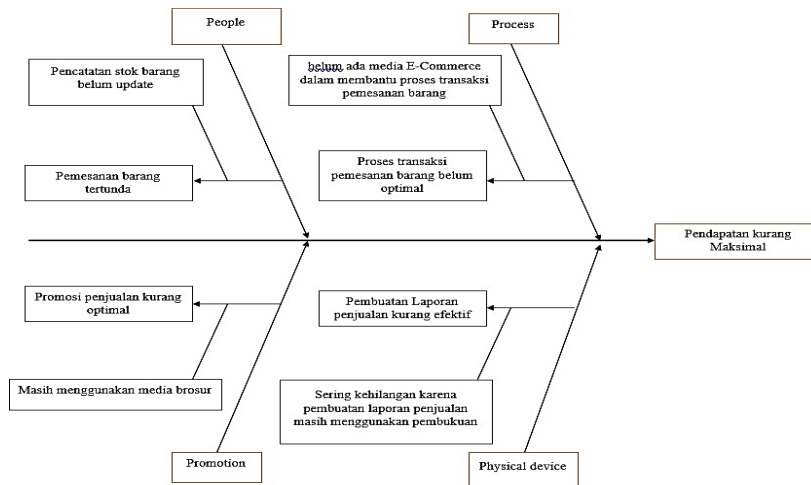
diserahkan ke staf penjualan, staf melanjutkan mengemas barang dan pelanggan membayar barang. setelah barang dibayar, barang diserahkan ke pelanggan.



Gambar 1. Activity Diagram Proses Penjualan sistem berjalan

3.2 Analisis Masalah

Pada Gambar 3 terdapat empat kategori *fishbone diagram* yang menjadi permasalahan diantaranya adalah sebagai berikut:.



Gambar 2. Fishbone Diagram

a. *Process*

Proses transaksi penjualan belum optimal, masalah ini bermula dari pelanggan yang merasa mengeluh karena tidak adanya media.

b. *People*

Pemesanan produk tertunda, masalah ini bermula dari bagian penjualan yang tidak membuat laporan stok barang update sehingga pada saat ada pemesanan produk, pemesanan harus tertunda sampai produk tersedia kembali.

c. *Promotion*

Promosi penjualan kurang optimal, masalah ini terjadi dikarenakan jangkauan pemasaran kurang luas dan proses promosi penjualan masih menggunakan media penyebaran brosur sehingga menyebabkan pendapatan penjualan kurang maksimal.

d. *Physical evidence*

Pembuatan laporan penjualan kurang efektif, masalah ini bermula dari proses pembuatan laporan penjualan yang masih menggunakan pembukuan, sehingga sering terjadi kehilangan laporan penjualan dan pemilik perusahaan tidak dapat mengetahui laporan penjualan.

3.3 Business Model Canvas

Gambar 4 menampilkan langkah-langkah peneliti dalam membuat *Business Model Canvas* (BMC). tujuan pelaksanaannya adalah menjelaskan, mengevaluasi, memvisualisasikan dan mengubah model bisnis di toko Anfieldmart.

Key Partnerships	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segments
Supplier Jersey Perbankan Ekspedis	Promosi Produk, Penjualan Produk, Packing Produk, Restock Produk, Pengiriman Produk	Bahan Berkualitas Baik Produk Original	Memberikan Diskon Review Produk	Komunitas Fans Klub Bola
	Key Resources		Channels	
	Meja, Kursi, Etalase, Handphone, Sepeda Motor, Toko, Karyawan		Website dan Media Sosial	
Cost Structure		Revenue Streams		
Biaya Perlangkapan (etalase, lampu) Biaya Peralatan (komputer, handphone) Biaya Operasional (pembelian bensin sepeda motor) Gaji Karyawan, Sewa Toko, Pembelian Produk, Listrik, paket data		Pendapatan dari penjualan produk		

Gambar 3. *Business Model Canvas* (BMC)

Berikut penjelasannya :

a. *Customer Segments*

Customer Segments atau segmentasinya yaitu Komunitas Sepakbola.

b. *Value Proposition*

Value Proposition atau nilai tambah dari produk yang dijual oleh toko Anfieldmart :

1. Kualitas terbaik, nyaman dan
2. Produk original

c. *Channels*

Channels yang diperlukan untuk mempromosikan Anfieldmart, yaitu:

1. Instagram
2. Whatsapp
3. Facebook (<https://www.facebook.com/minfieldmart>)
4. Tokopedia (<https://www.tokopedia.com/anfieldmart>)
5. Shoppe (<https://shopee.co.id/anfieldmart>)
6. Tiktok (<https://www.tiktok.com/@anfieldmart>)

d. *Customer Relationship*

Customer Relationship untuk menjaga bisnis tetap baik adalah dengan mendapatkan diskon dan penawaran pada produk tertentu

e. *Revenue Streams*

Merupakan pendapatan dari penjualan produk.

f. *Key Resources*

Yang dibutuhkan adalah meja, kursi, komputer, etalase, sepeda motor, *handphone*, listrik, gudang, dan karyawan.

g. *Key Activities*

Kegiatan yang berhubungan dengan usaha toko Anfieldmart yaitu promosi produk, penjualan produk, pengemasan dan penyimpanan produk.

h. Key Partnerships

Merupakan Supplier tempat membeli barang, ekspedisi untuk mengirimkan produk ke alamat pelanggan dan layanan perbankan untuk transaksi pembayaran.

i. Cost Structure

Biaya yang dikeluarkan toko yaitu:

1. Perlengkapan (penunjuk, nota, lampu)
2. Perangkat keras (komputer, ponsel)
3. Biaya operasional kendaraan (sepeda motor).
4. Biaya gaji karyawan, sewa ruko, internet, listrik dan pembelian produk

3.4 Aturan Bisnis

Berikut ini adalah aturan bisnis yang ada untuk menjalankan bisnisnya, yaitu:

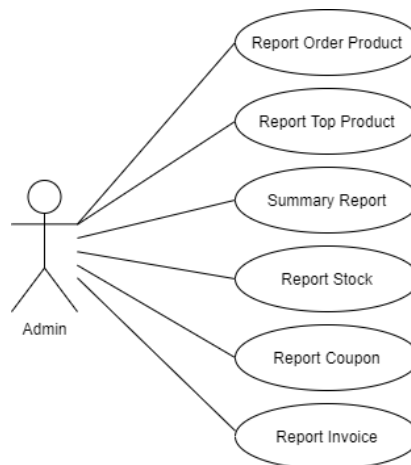
- a. Pemesanan produk dapat dilakukan secara *online*.
- b. Produk yang telah dibeli tidak dapat ditukar maupun diuangkan kembali, karena produk yang dibeli secara *online* telah dilakukan pengecekan sebelum dikirim.
- c. Penggunaan kode promo pada *website* terbatas dan satu user hanya bisa melakukannya satu kali saja.
- d. *Restock* produk dilakukan satu kali dalam satu bulan berdasarkan minat pelanggan kepada suatu produk.
- e. Toko dapat melakukan pembatalan pesanan apabila pesanan tidak dapat dipenuhi.

3.5 Use Case Diagram

Use Case Diagram merupakan model kebutuhan sebuah fungsional sistem, setiap *Use Case* digambarkan sebagai kunci yang berasal dari skenario yang dilakukan oleh aktor dan dirangkum dalam lingkup sistem, setiap *Use Case* dihubungkan dengan sebuah garis notasi [8].

a. Use Case Diagram Laporan

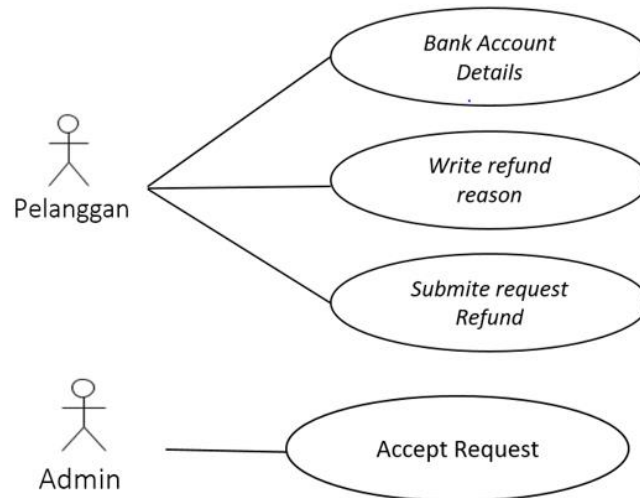
Pada Gambar 5 menggambarkan aktivitas ketika *actor* melakukan *Report Order product* yang terdiri dari *report order product*, *report top product*, *summary report*, *report stock*, *report Coupon* dan *report invoice*.



Gambar 4. *Use Case Diagram* Laporan

b. Use Case Diagram Refund

Pada Gambar 6 menggambarkan aktivitas ketika *actor* melakukan *Refund* yang terdiri dari *Bank Account Details*, *Write refund reason*, *Submite request Refund* dan *Accept Request*.



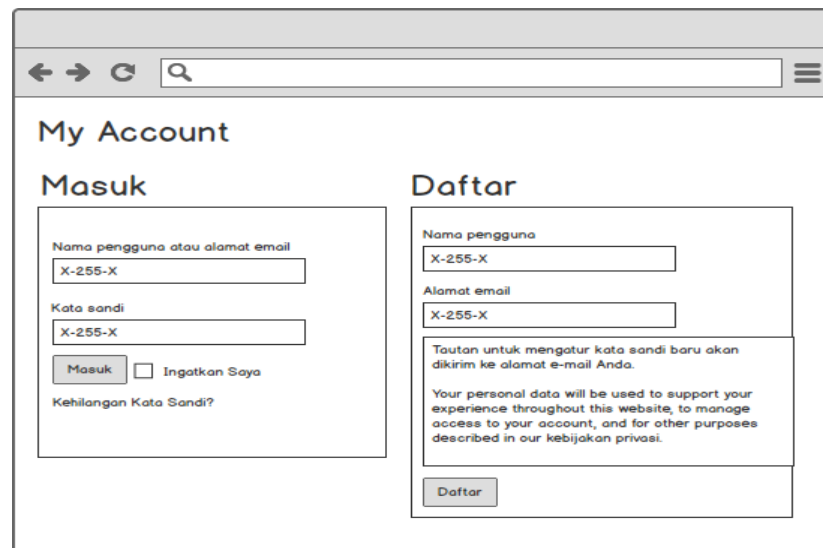
Gambar 5. Use Case Diagram Refund

3.6 User Interface & User Experience Design

User Interface merupakan bagian dari sebuah sistem yang digunakan untuk berinteraksi secara langsung dengan pengguna. *User Experience* merupakan pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan produk atau layanan [9].

a. Rancangan Layar *Entry Login*

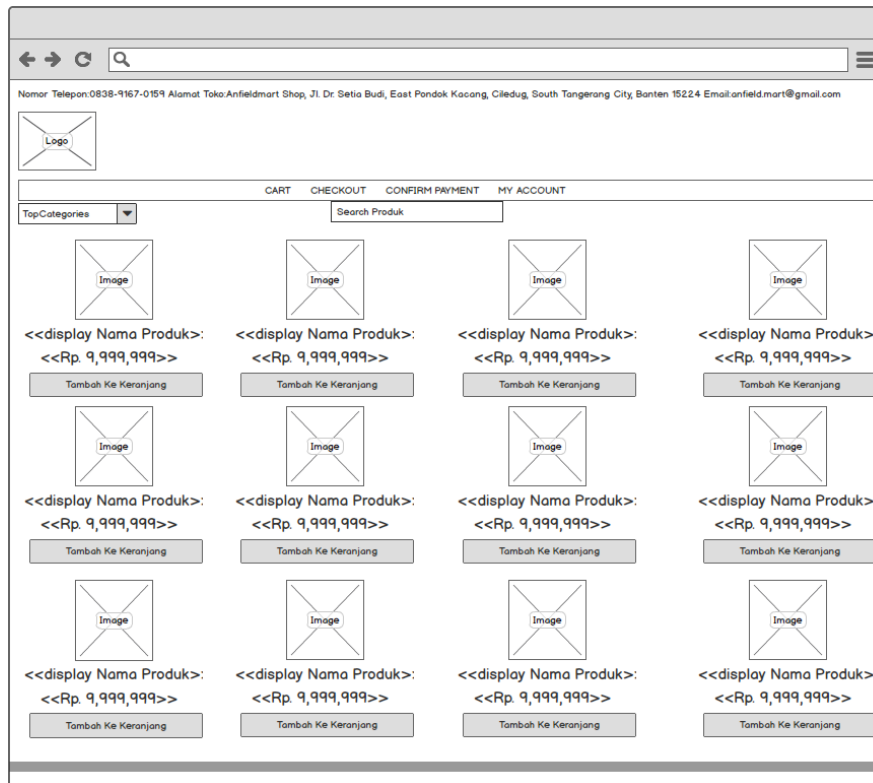
Pada Gambar 7 ialah tampilan layar *login*, yang berfungsi untuk pengunjung mengakses dan bertransaksi di *website E-Commerce*



Gambar 7. Rancangan Layar Registrasi/Login

b. Rancangan Layar Home

Pada Gambar 8 menggambarkan rancangan tampilan layar *Home*, yang berfungsi untuk menampilkan *product* di *website*.



Gambar 8. Rancangan Layar Home

3.7 Strategi Search Engine Optimization

Search Engine Optimization (SEO) adalah suatu teknik pencarian menggunakan kata kunci yang mengandung indikator yang terkandung dalam halaman- halaman *web*, informasi tersebut yang akan diindeks oleh mesin [10]:

a. Bagian Implementasi

Melakukan implementasi dengan berbagai langkah yaitu menentukan judul yang baik, membuat deskripsi meta produk, penggunaan kata kunci dan penggunaan *plugin Yoast SEO*

1. Membuat judul yang singkat
Judul yang singkat akan menunjukkan sebuah ketegasan.
2. Membuat deskripsi
Deskripsi yang bagus akan berpengaruh dalam *Search Engine Optimization* (SEO)
3. Mendaftarkan website ke *Google Search Console*
Mendaftarkan alamat web secara manual ke *Google Search Console*

3.8 Strategi Marketing

a. Instagram

Strategi *marketing* yang akan digunakan pada toko Anfieldmart menggunakan Instagram. media sosial seperti Instagram selain sebagai media untuk bersosialisasi juga sebagai media promosi produk. dengan cara memposting produk di Instagram,

b. Tiktok

Melakukan promosi dan upload produk pada aplikasi tiktok sebagai salah satu upaya yang dilakukan agar mendapatkan order.

c. Facebook

Melakukan promosi dan upload produk ke facebook sebagai salah satu upaya yang dilakukan agar mendapatkan order.

4. KESIMPULAN

Dengan implementasi *e-commerce* ini, dapat membantu masalah transaksi pemesanan pada Anfieldmart. pelanggan dapat melakukan transaksi secara online tanpa terbatas oleh waktu dan tempat. adanya menu promosi berupa *pop-up* kupon dan strategi marketing melalui media sosial, membantu toko Anfieldmart meningkatkan promosi penjualan produk yang lebih optimal. terdapat menu laporan, berupa laporan penjualan, pendapatan, pengiriman, dan laporan stok produk yang tersimpan secara otomatis kedalam database, sehingga memudahkan staff admin untuk membuat laporan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020). Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jesya*, 3(2), 506–519. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.227>
- [2] Hermiati, R., Asnawati, A., & Kanedi, I. (2021). Pembuatan E-Commerce Pada Raja Komputer Menggunakan Bahasa Pemrograman Php Dan Database Mysql. *Jurnal Media Infotama*, 17(1), 54–66. <https://doi.org/10.37676/jmi.v17i1.1317>
- [3] A. Anggito and J. Setiawan, Metodologi Penelitian Kualitatif, Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- [4] Uswatun Khasanah, Pengantar Mikroteaching, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2020). Hal 25
- [5] Fadhallah, Wawancara, (Jakarta Timur : UNJ Press, 2020), Hal 2 wawancara
- [6] Dr. Dewi Kurniasih S.K.M., M. K. (2020). *Failure in Safety Systems : Metode Analisis Kecelakaan Kerja*. Sidoarjo: Zifatama Jawara.
- [7] Ayu Wulandary, Fitriani R, Aksal Mursalat, Andi Tenri Darhyati, M. (2020). *Business Model Canvas: Implementasi Terhadap Industri Rumahan Produk Virgin Coconut Oil (VCO)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- [8] Kurniawan, Tri A. (2018). Pemodelan Use Case (UML): Evaluasi Terhadap Beberapa Kesalahan Dalam Praktik. *J. Teknol. Inf. Dan Ilmu Komput*, 5(1), 77
- [9] J. Garret, The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond, Second Edition. Berkeley:California: New Riders, 2011
- [10] Arifin, B., Muzakki, A., & Kurniawan, M. W. (2019). Konsep Digital Marketing Berbasis Seo (Search Engine Optimization) Dalam Strategi Pemasaran. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 4(2), 87–94. <https://doi.org/10.24967/ekombis.v4i2.474>