

IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* BERBASIS *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) WORDPRESS* UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA *MECHIL GARAGE*

M Sigeg Tuwuh Nugroho^{1*}, Hendri Irawan²

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

Email: ^{1*}2012500324@student.budiluhur.ac.id, ²hendri.irawan@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak- *Mechil Garage* merupakan sebuah bengkel spesialis produk *spare part* motor, menghadapi sejumlah tantangan operasional yang menghambat efisiensi dan pertumbuhan bisnisnya. Masalah utama termasuk penurunan pendapatan perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, termasuk keterbatasan jam operasional toko, lambatnya proses pengecekan ketersediaan *spare part*, kurangnya histori percakapan pelanggan, serta media promosi yang kurang informatif. Faktor-faktor ini menyebabkan berkurangnya kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta menghambat efektivitas pengambilan keputusan. Perlu dilakukan perbaikan dalam aspek operasional, promosi, dan manajemen pelanggan untuk meningkatkan pendapatan secara keseluruhan. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan penjualan dengan mengimplementasikan sistem *e-commerce* menggunakan *Content Management System (CMS) WordPress*. Penelitian ini melibatkan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur untuk memahami permasalahan yang dihadapi oleh *Mechil Garage*. Analisis dilakukan menggunakan *Fishbone Diagram* dan *Business Model Canvas (BMC)* untuk mengidentifikasi masalah dalam aspek *Place, Promotion, Performance*, dan *Process* yang kemudian membantu dalam pengembangan model bisnis terintegrasi dengan sistem *e-commerce*. Sistem dirancang menggunakan *Unified Modeling Language (UML)*, dan diimplementasikan dengan *WordPress CMS*, termasuk fitur seperti *WooCommerce* serta optimasi *Search Engine Optimization (SEO)*. Strategi pemasaran dikembangkan melalui *Instagram* untuk promosi, dengan fokus pada pengelompokan produk, penetapan harga, dan fleksibilitas pemesanan melalui platform *e-commerce*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi sistem *e-commerce* berhasil mengatasi masalah penjualan dan operasional, memperluas akses layanan, dan mengoptimalkan kualitas komunikasi dengan pelanggan. Pemasaran dengan akurat juga dicapai melalui penggunaan media sosial dan distribusi kupon, meningkatkan penjualan. Kesimpulannya sistem *e-commerce* berbasis *CMS WordPress* dengan *WooCommerce* di *Mechil Garage* telah meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan serta peningkatan pendapatan karena meluasnya jangkauan pemasaran. Sistem ini menyediakan *update inventori real-time*, menerima pesanan 24/7, dan memfasilitasi komunikasi langsung dengan pelanggan melalui fitur *chat box*. Promosi melalui media sosial dan distribusi kupon juga efektif meningkatkan kesadaran pelanggan, sementara otomatisasi laporan mempercepat pembuatan laporan penjualan, mendukung pengambilan keputusan yang lebih cepat dan efisien.

Kata Kunci: *spare part, e-commerce, content management system, wordpress*

E-COMMERCE IMPLEMENTATION BASED ON WORDPRESS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) TO UPSCALE MECHIL GARAGE'S SALES

Abstract- *Mechil Garage* is a specialized motorcycle spare parts workshop, faces several operational challenges that hinder its business growth. The primary issues including the decline in company revenue that is influenced by several key factors, including limited store operating hours, slow processes in checking spare part availability, lack of customer conversation history, and ineffective promotional media. These factors lead to decreased customer satisfaction and loyalty, as well as hinder the effectiveness of decision-making. Improvements in operational aspects, promotion, and customer management are necessary to increase overall revenue. This research aims to enhance operational efficiency and boost sales by implementing *e-commerce* system using *Content Management System (CMS) WordPress*. Research involving data collection through observation, interviews, documentation, and literature review to understand the challenges *Mechil Garage* faced. Analysis was conducted with *Fishbone Diagram* and *Business Model Canvas (BMC)* to identify issues in aspects such as *Place, Promotion, Performance, and Process*, which helped the development of a integrated business model with an *e-commerce* system. The system was designed using *Unified Modeling Language (UML)* and implemented with *WordPress CMS*, including features like *WooCommerce* and *Search Engine Optimization (SEO)*. Marketing strategies were developed through *Instagram* promotion, focusing on product categorization, pricing, increasing order flexibility via the *e-commerce* platform. The research results demonstrate that the *e-commerce* system's implementation effectively resolves information delays, expands service access, and optimizes communication quality with customers. Effective marketing was also achieved through social media and coupon distribution, increasing sales. The *WordPress CMS-based e-commerce* system with *WooCommerce* at *Mechil Garage* has improved operational efficiency and customer satisfaction, increasing sales with expanded market. The system provides real-

time inventory updates, 24/7 order processing, and direct customer communication through a chat box. Social media promotions and coupon distribution effectively increase customer awareness, while automated reporting speeds up sales report creation, supporting faster and more efficient decision-making.

Keywords: *spare part, e-commerce, content management system, wordpress*

1. PENDAHULUAN

Tata cara penjualan suatu produk biasanya diawali oleh konsumen yang mengunjungi lokasi penjualan. Kemajuan teknologi dan digitalisasi masyarakat saat ini terjadi dengan sangat pesat [1]. Semua aspek kehidupan manusia saat ini pada hakikatnya terkait dengan kemajuan teknologi. Proses digitalisasi memberikan peluang bagi wirausahawan untuk berinovasi dengan penuh semangat [2]. Teknologi digitalisasi memberikan lebih banyak informasi dan menyederhanakan pengelolaan, sehingga peran teknologi mampu mengenali pemasok dan mitra baru serta menciptakan peluang yang signifikan.

Teknologi memberikan dampak yang signifikan terhadap kehidupan manusia, salah satu peran utamanya adalah internet. Dengan hadirnya internet, segala aspek kehidupan manusia bisa disederhanakan. Dalam dunia bisnis, hadirnya internet membuat proses perolehan dan penjualan barang secara sederhana menjadi lebih mudah dengan hadirnya istilah *e-commerce*. *e-commerce* adalah istilah yang mencakup berbagai aktivitas termasuk pembelian, penjualan, pemasaran, dan pendistribusian barang dan jasa melalui sarana elektronik seperti internet, televisi, dan komputer lainnya [3]. Keuntungan *e-commerce* antara lain mengurangi biaya barang dan jasa, dan meningkatkan kepuasan konsumen dengan kecepatan menerima barang dengan kualitas terbaik dengan harga paling mahal.

Mechil *Garage* merupakan salah satu tempat penjualan produk *spare part* seperti velg, busi, oli dan berbagai jenis kebutuhan produk *spare part* motor lainnya terutama *Vespa* yang sedang berkembang dan sudah banyak pelanggan membeli barang di Mechil *Garage*. Saat ini Mechil *Garage* sedang meningkatkan penjualan produk *spare part* tersebut, namun untuk konsumen dapat mengetahui informasi mengenai harga, jenis dan berbagai macam produk *spare part* motor yang dijual tergolong konvensional. Artinya, konsumen akan berkunjung ke Mechil *Garage*. Berdasarkan hal tersebut, penyampaian informasi menjadi tidak efektif, karena pengolahan data yang dilakukan masih menggunakan sistem manual atau pencatatan pada buku. Sehingga data-data tidak terdokumentasi dengan baik antara satu dengan yang lainnya, yang kemudian informasi tidak terkoordinasi dengan baik.

Untuk mengatasi masalah tersebut, Mechil *Garage* bisa memanfaatkan sebuah *Content Management System* (CMS) sebagai solusi digital dalam menyampaikan informasi dan mengelola data. Dengan *Content Management System* (CMS), Mechil *Garage* dapat mengatur dan mengelola informasi mengenai produk *spare part* secara lebih efisien, terstruktur, dan mudah diakses oleh calon pembeli [4]. CMS dapat menjadi alat yang efektif untuk mendukung proses pengolahan data dan transaksi penjualan melalui *platform online* [4].

Penelitian [5] melakukan penelitian yang membahas permasalahan seperti kurangnya upaya promosi dalam penjualan melalui berbagai media, sulitnya pelanggan dalam memperoleh informasi mengenai stok barang yang tersedia, kurangnya keamanan dalam bertransaksi, dan pembuatan laporan penjualan yang masih manual. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diusulkannya solusi berupa sistem *e-commerce* yang berbasis *Content Management System* (CMS) dengan *tools* turunan dari *WordPress* sebagai pelengkap sistem yang ada saat ini.

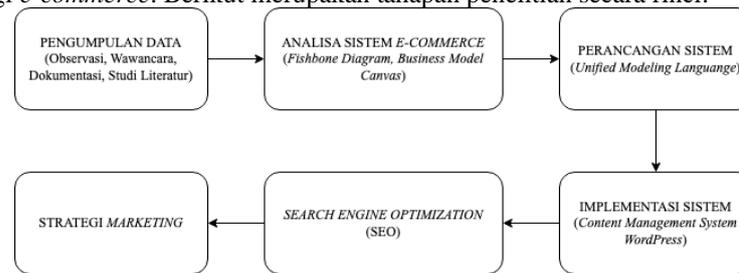
Kemudian penelitian [6] melakukan studi yang terfokus pada permasalahan serupa pada Toko Olahraga XYZ, yaitu sistem penjualan di toko hanya memanfaatkan metode konvensional, minimnya informasi mengenai detail dan ketersediaan produk, dan tidak optimalnya metode promosi yang dilakukan. Peneliti mengangkat metode *Business Model Canvas* (BMC), *Unified Modeling Language* (UML), serta *Search Engine Optimization* (SEO) untuk dikaitkan dengan solusi sistem *e-commerce*.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun sebuah sistem terkomputerisasi yang dapat mengelola aktivitas bisnis dengan memanfaatkan teknologi *e-commerce* serta mengangkat beberapa metode untuk mendukung penelitian ini. Perbedaan penelitian terkini dengan sebelumnya adalah penerapan strategi *marketing* yang terfokus pada *community marketing* (pemasaran komunitas), dengan tujuan untuk membangun kekuatan promosi secara masal di media sosial *Instagram*. UML digunakan untuk memodelkan atau memvisualisasikan sebuah sistem dengan menggunakan gambar beserta teks pendukung [7]. *Activity Diagram* dan *Use Case Diagram* merupakan bagian dari UML untuk menggambarkan proses bisnis, dan hubungan antara sistem dengan pengguna sistem [10]. *Fishbone Diagram* digunakan untuk mendefinisikan permasalahan yang terjadi, kemudian memodelkan permasalahan tersebut [8]. BMC dimanfaatkan untuk membangun, mendapatkan serta memodelkan sebuah ide bisnis [9]. SEO untuk meningkatkan jumlah kunjungan pengguna ke *website* dengan memanfaatkan cara kerja mesin pencari [6].

Sistem ini telah membantu admin dalam pembuatan laporan, sehingga proses tersebut menjadi lebih akurat dan efisien. Dengan adanya sistem ini, berbagai kegiatan bisnis dapat diotomatisasi, yang pada akhirnya akan meningkatkan produktivitas dan mengurangi potensi kesalahan yang mungkin terjadi dalam pengelolaan data secara konvensional melalui buku tulis.

2. METODE PENELITIAN

Pada gambar 1, tahapan penelitian ini dilakukan secara sistematis untuk mencapai tujuan penelitian, yaitu merancang dan membangun sebuah sistem terkomputerisasi yang dapat mengelola aktivitas bisnis dengan memanfaatkan teknologi *e-commerce*. Berikut merupakan tahapan penelitian secara rinci:



Gambar 1. Diagram Tahapan Penelitian

a. Pengumpulan Data

Dimulai dengan observasi, adalah salah satu teknik yang dimanfaatkan untuk mendapatkan data dengan mengamati secara langsung objek riset. Metode ini dilakukan dengan cara mengamati objek yang ada di lapangan, kemudian hasilnya di uraikan dalam sebuah catatan [6]. Setelah itu melaksanakan wawancara, merupakan cara berkomunikasi secara verbal untuk mendapatkan informasi dan salah satu teknik utama yang dimanfaatkan untuk mendokumentasikan data dari narasumber. Wawancara dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan terhadap pemilik bengkel, karyawan bengkel, dan mekanik bengkel sehingga mendapatkan informasi dan data dari sisi yang berbeda [6]. Dilanjutkan dengan dokumentasi, merupakan suatu proses menentukan informasi, dengan metode ini peneliti dapat mengetahui data tertulis maupun lainnya. Data yang mencakup profil bengkel, data transaksi dalam bengkel, dan laporan di bengkel Mechil Garage. Terakhir adalah studi literatur, tahapan ini dilakukan dengan tujuan menentukan metode apa yang akan digunakan dalam menyelesaikan masalah penelitian. Serta dapat referensi dasar yang kuat untuk melakukan penerapan metode yang akan digunakan pada penelitian. Dengan membaca buku yang telah mempunyai ISBN (*International Standard Book Number*). Karya ilmiah tugas akhir dan mencari jurnal yang mempunyai ISSN (*International Standard of Serial*). Memanfaatkan *search engine* untuk pencarian jurnal dan pencarian informasi lainnya.

b. Analisa Sistem E-Commerce

Untuk menganalisa permasalahan yang terjadi maka akan digunakannya *Fishbone Diagram*, yang berfungsi untuk menggali masalah tersebut sehingga menemukan penyebab serta akibatnya [8]. Tools ini dapat membantu mengelompokkan variabel-variabel penyebab masalah seperti *Place*, *Promotion*, *Performance*, dan *Process*. *Business Model Canvas* (BMC) dimanfaatkan untuk mendapatkan ide bisnis untuk Mechil Garage berdasarkan sembilan elemen proses dalam bisnis. Tools ini dapat membantu untuk memodelkan bisnis yang akan diintegrasikan dengan sistem *e-commerce*.

c. Perancangan Sistem

Merancang sistem dengan menggunakan UML (*Unified Modelling Language*) yang meliputi *activity diagram*, *use case diagram* dan *use case description*. UML merupakan bahasa visual untuk memodelkan atau memvisualisasikan sebuah sistem dengan menggunakan gambar beserta teks pendukung [7]. Selain itu, peneliti juga menggunakan *tools Balsamiq* untuk merancang tampilan layar dalam bentuk *website* untuk *e-commerce* pada bengkel Mechil Garage, sehingga memudahkan dalam proses implementasi.

d. Implementasi Sistem

Implementasi sistem dilakukan bertujuan untuk memudahkan pengguna sistem. Tahap ini, *Content Management System* (CMS) dari *Wordpress* digunakan untuk mengimplementasinya. Langkah pertama dalam mengimplementasi adalah melakukan konfigurasi, yaitu menginstalasi sistem *WordPress* untuk *website*.

Kemudian memilih tema dan mengatur *plugin*, yang disesuaikan dengan identitas merek toko serta fitur-fitur *e-commerce* seperti *WooCommerce* dan *Yoast SEO* untuk optimasi mesin pencari.

e. *Search Engine Optimization (SEO)*

SEO diimplementasikan untuk meningkatkan jangkauan pasar dan peringkat *website e-commerce* di mesin pencari *Google*. Tekniknya adalah melakukan riset kata kunci dengan tingkat persaingan rendah dengan bantuan *Google Keyword Planner*. Setelah itu melakukan optimasi kata kunci dan menyisipkannya di deskripsi produk menggunakan *Yoast SEO*.

f. *Strategi Marketing*

Menerapkan strategi *marketing* untuk meningkatkan penjualan pada *website e-commerce* dan menarik minat pelanggan. Strategi ini dilaksanakan menggunakan media sosial *Instagram* untuk melakukan promosi. Promosi yang dilakukan adalah promosi mengenai produk, harga, dan kupon yang digunakan di *website Mechil Garage*. Berikut merupakan strategi *marketing* yang diangkat dengan penjabarannya adalah sebagai berikut:

1. *Produk Spare Part*

Mechil Garage menerapkan strategi produk *spare part* dengan menggolongkan katalog yang memberi kemudahan untuk pelanggan mencari *spare part* yang diinginkan.

2. *Harga*

Penetapan harga disesuaikan dengan jenis suku cadang yang dipilih, sehingga sesuai dengan preferensi pembeli.

3. *Promosi*

Pemasaran diimplementasikan melalui media sosial seperti *Instagram* dan *WhatsApp* dengan berinteraksi melalui postingan dan *story Instagram*.

4. *Place*

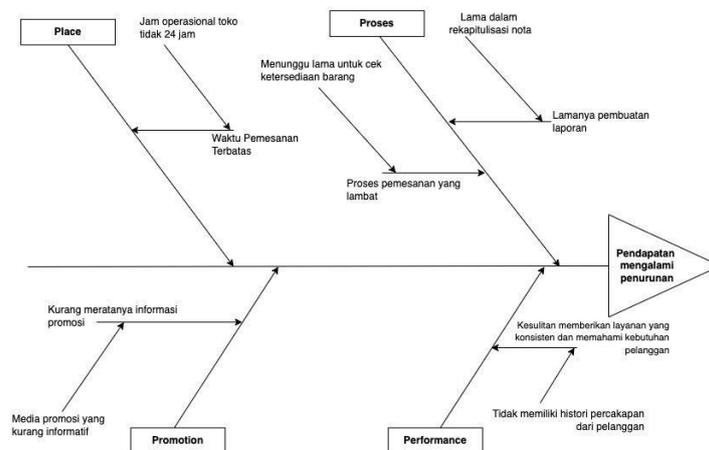
Dengan adanya *website e-commerce* keterbatasan waktu bukanlah menjadi hal yang perlu di khawatirkan lagi, karena jam operasional toko untuk pemesanan produk kini lebih fleksibel.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, dilakukan analisis serta penyampaian hasil implementasi atau pengujian yang berhubungan dengan topik penelitian. Penjabaran hasil ini dapat disertai dengan metodologi penelitian yang digunakan, memberikan gambaran yang komprehensif tentang pendekatan dan langkah-langkah yang diambil dalam penelitian ini.

3.1 Analisis Masalah

Pada gambar 2, untuk mendalami masalah yang terjadi dengan di analisis secara lebih lanjut, maka digambarkannya menggunakan *Fishbone Diagram*.



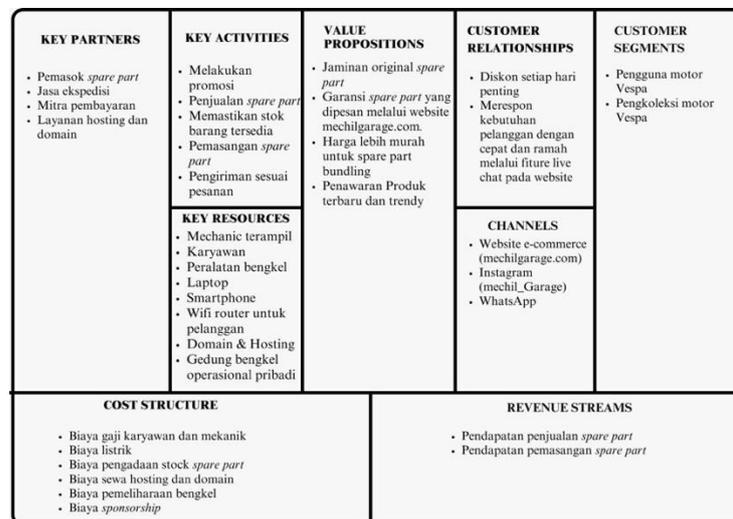
Gambar 2. *Fishbone Diagram Mechil Garage*

Berdasarkan analisis, penurunan pendapatan disebabkan oleh beberapa faktor yang saling berkaitan. Pertama, aspek *Place* (Tempat) menunjukkan bahwa keterbatasan jam operasional toko membuat pelanggan merasa terbatas

dalam memesan spare part, terutama di luar jam operasional, sehingga berpotensi berpindah ke kompetitor. Kedua, dari segi *Process* (Proses), lamanya waktu yang dibutuhkan untuk mengetahui ketersediaan *spare part* dan lambatnya pembuatan laporan penjualan bulanan menghambat kepuasan pelanggan serta mengurangi efektivitas dalam pengambilan keputusan, yang akhirnya berdampak negatif pada pendapatan. Ketiga, variabel *Promotion* (Promosi) juga berperan penting, karena media promosi yang kurang informatif dan hanya disampaikan dari mulut ke mulut menyebabkan banyak pelanggan tidak mengetahui promosi yang tersedia, sehingga kampanye pemasaran menjadi kurang efektif. Terakhir, dalam *Performance* (Kinerja), tidak adanya histori percakapan pelanggan serta layanan yang tidak konsisten menyebabkan kesulitan dalam memahami kebutuhan pelanggan dan menurunkan tingkat loyalitas mereka. Semua faktor ini berkontribusi secara signifikan terhadap penurunan pendapatan, menunjukkan perlunya perbaikan dalam operasional, promosi, dan manajemen pelanggan untuk meningkatkan pendapatan perusahaan.

3.2 Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas (BMC) merupakan sebuah *tools* atau alat yang diciptakan untuk membangun dan menggali serta memodelkan sebuah ide bisnis.



Gambar 3. Business Model Canvas Mechil Garage

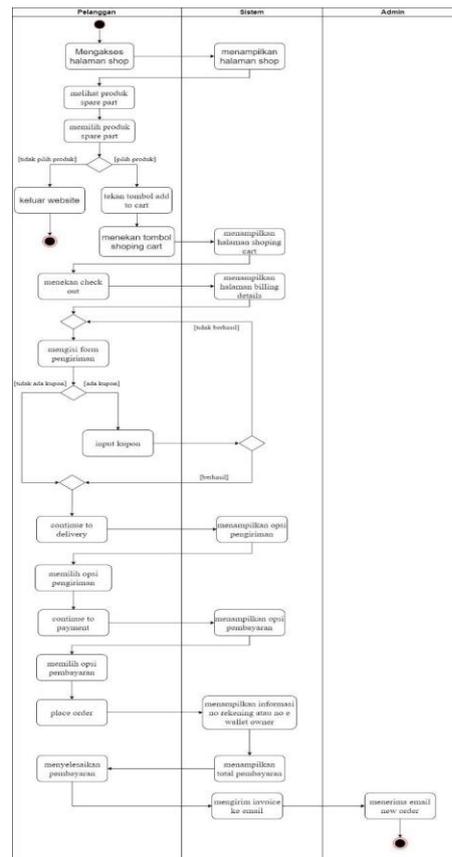
Pada gambar 3, Mechil Garage bekerja sama dengan berbagai *Key Partners* seperti pemasok oli terkenal, jasa ekspedisi, pemasok *spare part* original, mitra pembayaran, serta layanan *hosting* dan *domain*. *Key Activities* yang dilakukan meliputi promosi di media sosial, penjualan produk *spare part*, memastikan ketersediaan stok barang, dan pengiriman pesanan. *Key Resources* yang dimiliki termasuk gedung bengkel milik sendiri, mekanik yang terampil, karyawan yang ramah, peralatan bengkel lengkap, smartphone untuk interaksi dengan pelanggan, internet untuk mendukung kegiatan bisnis, serta *domain* dan *hosting*. Dalam *Value Proposition*, Mechil Garage menjamin produk *spare part* original, memberikan garansi produk yang dipesan melalui *website*, menawarkan harga lebih murah pada produk *bundling*, serta menyediakan produk terbaru dan trendy. *Customer Relationships* dijaga dengan memberikan diskon pada hari-hari penting dan respon cepat serta ramah melalui fitur *live chat* di *website*. Penjualan dan interaksi pelanggan dilakukan melalui *Channels* seperti *website* *mechilgarage.com*, Instagram, dan WhatsApp. *Customer Segments* yang dilayani meliputi pemilik motor Vespa dan komunitas Vespa di Jakarta dan sekitarnya. *Cost Structure* mencakup biaya gaji karyawan dan mekanik, listrik, pengadaan stok *spare part*, sewa hosting, pemeliharaan bengkel, dan *sponsorship*. *Revenue Streams* diperoleh dari penjualan produk *spare part* dan layanan pemasangan *spare part*.

3.3 Analisis Proses Sistem Usulan

Proses sistem usulan di visualisasikan melalui *activity diagram*, yang merupakan gambaran atau alur dari aktivitas atau tindakan yang akan berkaitan dengan sistem. Berikut adalah beberapa proses sistem usulan, antara lain:

- Proses Pemesanan & Pembayaran Produk

Pada gambar 4, tahap dimulai ketika pelanggan membuka *menu shop* di kanan atas pada *website* *mechilgarage.com*, kemudian pelanggan akan ditampilkan dengan pilihan produk *spare part* yang tersedia. Ketika pelanggan menemukan produk *spare part* yang ingin dipesan, pelanggan bisa menekan tombol *Add to cart*. Selanjutnya ketika pelanggan sudah selesai memilih produk *spare part*, pelanggan bisa lanjut menekan tombol *shopping cart* untuk mengecek informasi keranjang yang dipilih, ketika sudah sesuai pelanggan bisa menekan tombol *check out*. Setelah menekan tombol *check out* pelanggan akan ditampilkan halaman *billing details*, pelanggan akan diminta untuk mengisi informasi pribadi seperti, nama lengkap, nama perusahaan, *country* atau *region*, provinsi, kota, kecamatan, nama jalan, kode pos, nomor yang bisa dihubungi dan *email* aktif. Ketika semua data sudah terisi pelanggan bisa memasukkan kupon atau voucher yang pelanggan bisa dapatkan dari *menu news* dari *website* *mechilgarage.com*. Selanjutnya ketika pelanggan sudah benar mengisi kode kupon atau voucher, sistem akan menampilkan *benefit* dari kupon tersebut, dan pelanggan bisa lanjut untuk menekan tombol *continue to delivery*. Pelanggan akan diberikan opsi pengiriman yang mau digunakan, setelah pelanggan memilih opsi pengiriman pelanggan bisa menekan tombol *continue to payment* untuk melanjutkan ke tahap pembayaran pesanan. Selanjutnya pelanggan akan ditampilkan pilihan pembayaran yang tersedia pada *website* *mechilgarage.com*, kemudian pelanggan bisa memilih opsi pembayaran yang ingin digunakan, lalu menekan tombol *place order* jika sudah sesuai. Kemudian pelanggan akan ditampilkan mengenai informasi no rekening atau *E Wallet Owner*, pelanggan bisa melakukan pembayaran jika informasi no rekening atau *E Wallet Owner* sudah tampil. Ketika pelanggan sudah menyelesaikan pembayaran, pelanggan akan menerima *invoice* dari *email website* *Mechil Garage*.

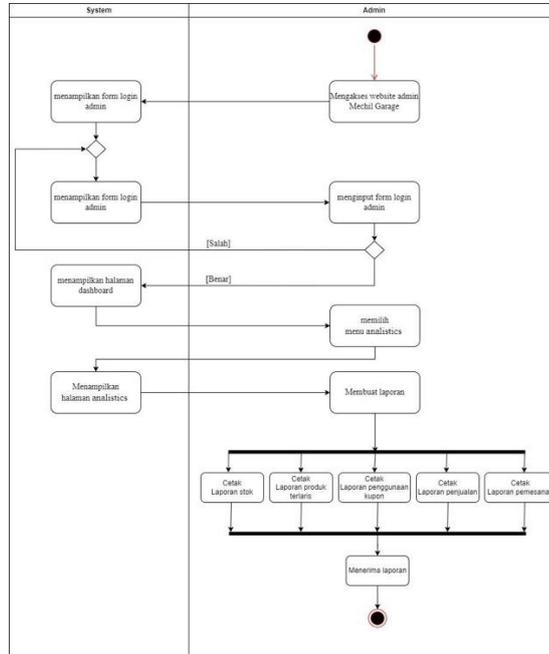


Gambar 4. Activity Diagram Usulan : Proses Pemesanan & Pembayaran Produk

b. Proses Entry Laporan

Pada gambar 5, proses *entry* laporan, *admin* perlu *login* melalui *website* *mechilgarage.com/wp-admin* menggunakan *email admin*. Ketika sudah berhasil *admin* akan ditampilkan halaman *dashboard* *wordpress*, kemudian *admin* memilih menu *analytics* untuk mencetak laporan penjualan, laporan produk terlaris, laporan

pendapatan, laporan stok produk dan laporan penggunaan kupon. Kemudian admin akan menyimpan hasil cetak dari setiap laporannya.



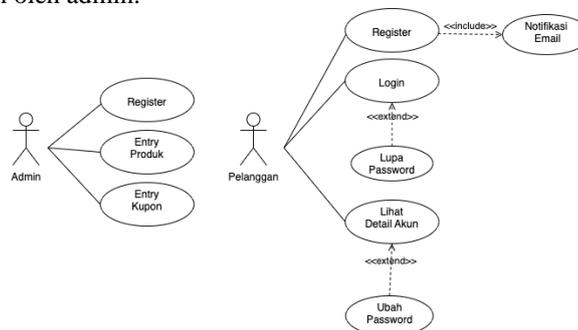
Gambar 5. Activity Diagram Usulan : Proses Entry Laporan

3.4 Use Case Diagram

Use Case Diagram menggambarkan fungsionalitas yang terdapat di dalam sistem dengan terlibatnya sebuah aktor atau lebih. Use Case Diagram pada Mechil Garage dibagi menjadi tiga, antara lain adalah master, transaksi, dan laporan. Berikut merupakan masing-masing dari use case yang akan dijabarkan.

a. Use Case Diagram Master

Pada gambar 6, terdapat use case diagram master admin dan pelanggan. Use case diagram tersebut menggambarkan interaksi antara admin, pengguna, dan sistem email dalam website. Admin memiliki kemampuan untuk mendaftarkan user, memasukkan data produk, dan kupon ke dalam sistem. Pengguna dapat melakukan registrasi, login, melihat detail akun, mengubah kata sandi, serta menggunakan fitur lupa password jika diperlukan. Sistem email bertanggung jawab untuk mengirimkan notifikasi terkait aktivitas penting seperti registrasi dan perubahan kata sandi. Diagram ini menunjukkan alur proses yang mencakup manajemen akun oleh pengguna dan pengelolaan produk serta kupon oleh admin.

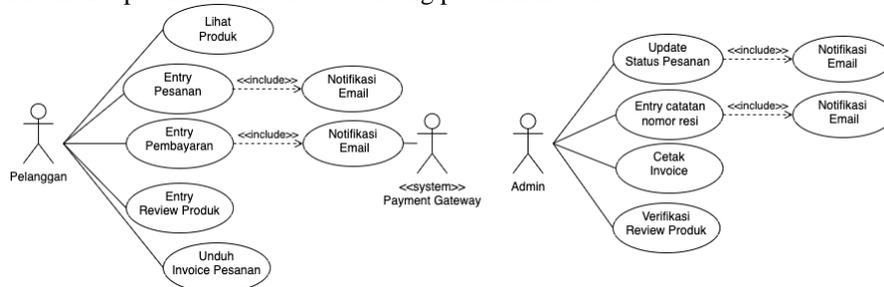


Gambar 6. Use Case Diagram Master Admin & Pelanggan

b. Use Case Diagram Transaksi

Pada gambar 7, terdapat use case diagram transaksi admin dan pelanggan. Use case diagram ini menggambarkan alur interaksi antara pengguna, admin, dan sistem dalam proses pemesanan hingga verifikasi produk. Pengguna dapat melihat produk, melakukan pemesanan, entry pembayaran, memberikan review produk, dan mengunduh invoice pesanan mereka. Setelah pemesanan dilakukan, sistem akan mengirimkan

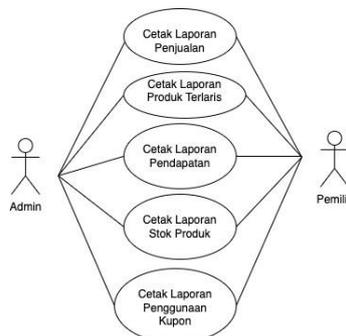
notifikasi *email* kepada pengguna terkait status pesanan. *Admin* kemudian dapat memperbarui status pesanan, memasukkan nomor resi, mencetak *invoice*, dan memverifikasi *review* produk yang telah diberikan pengguna. Sistem *email* akan terus memberikan notifikasi terkait setiap tahapan proses tersebut, memastikan pengguna selalu mendapat informasi terbaru tentang pesanan mereka.



Gambar 7. Use Case Diagram Transaksi Admin & Pelanggan

c. Use Case Diagram Entry Laporan

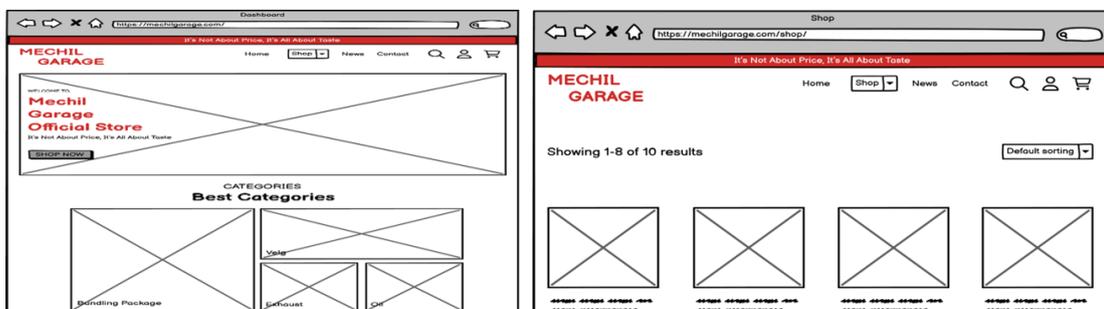
Pada gambar 8, *use case diagram entry laporan admin*. Use case diagram ini menggambarkan alur interaksi antara *Admin* dan *Pemilik* dalam proses pencetakan laporan. *Admin* dan *Pemilik* dapat mencetak berbagai jenis laporan, termasuk laporan penjualan, laporan produk terlaris, laporan pendapatan, laporan stok produk, dan laporan penggunaan kupon. Diagram ini memperlihatkan bagaimana *Admin* dan *Pemilik* dapat menggunakan sistem untuk menghasilkan laporan-laporan yang diperlukan untuk keperluan operasional dan analisis bisnis.



Gambar 8. Use Case Diagram Entry Laporan

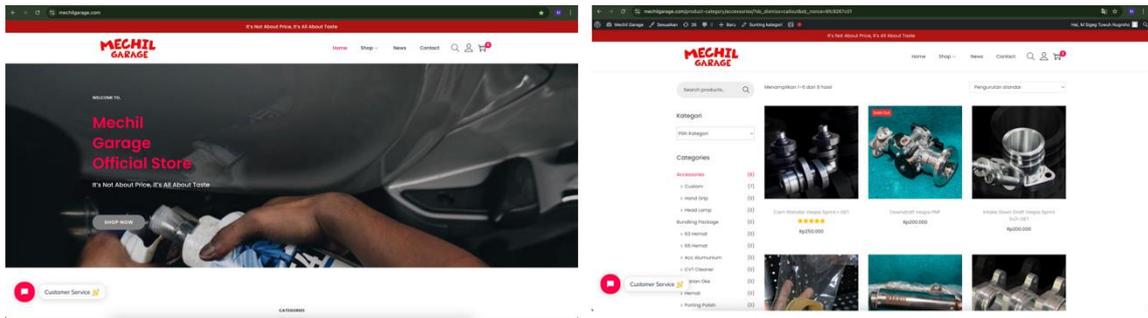
3.5 Rancangan Layar

Pada gambar 9, ditampilkan hasil dari rancangan layar untuk tampilan *Home & Shop* sebagai tampilan awal ketika pengguna memasuki *website* dan memutuskan untuk melihat produk.



Gambar 9. Rancangan Layar Home & Shop

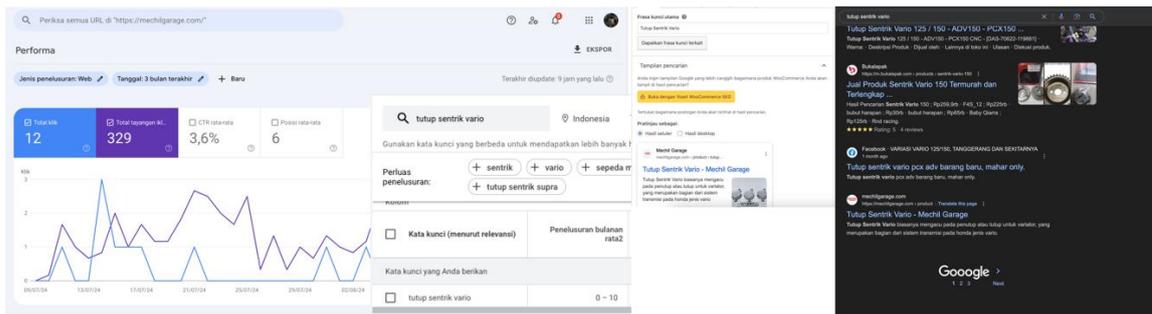
Pada gambar 10, ditampilkan layar untuk *Home & Shop*, yang pelanggan akan melakukan navigasi utama di beranda sebelum kemudian melanjutkan melihat-lihat produk.



Gambar 10. Tampilan Layar Home & Shop

3.6 Search Engine Optimization (SEO)

SEO merupakan teknik sistematis yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah kunjungan pengguna ke *website* dengan memanfaatkan cara kerja mesin pencari. Pada gambar 11, optimasi produk dari Mechil Garage diterapkan dengan menggunakan *plugin Yoast SEO*. Pertama adalah mencari kata kunci produk menggunakan *Google Keyword Planner* yang persaingannya rendah, lalu menyisipkan fokus kata kunci produk yaitu “Tutup Sentrik Vario”. Deskripsi produk juga disisipkan fokus kata kunci tersebut agar memperkuat hasil pencarian. Kata kunci tersebut berhasil masuk halaman pertama mesin pencarian *Google*. Uji performa situs ditampilkan menggunakan *Google Search Console*.



Gambar 11. Riset & Hasil Optimasi Mechil Garage

Berikut merupakan hasil dari konfigurasi *sitemap XML* digunakan untuk *website* Mechil Garage dapat terbaca di pencarian *Google* pada gambar 12.

XML Sitemap

Generated by **Yoast SEO**, this is an XML Sitemap, meant for consumption by search engines.
You can find more information about XML sitemaps on sitemaps.org.

This XML Sitemap Index file contains 7 sitemaps.

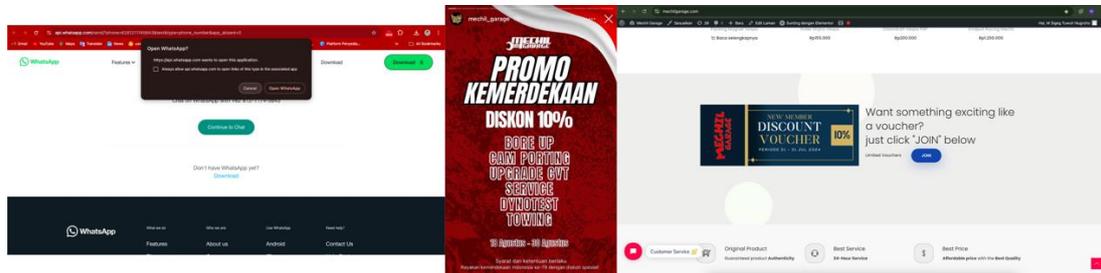
Sitemap	Last Modified
https://mechilgarage.com/post-sitemap.xml	2024-07-08 18:51 +00:00
https://mechilgarage.com/page-sitemap.xml	2024-07-10 06:56 +00:00
https://mechilgarage.com/product-sitemap.xml	2024-07-10 18:37 +00:00
https://mechilgarage.com/category-sitemap.xml	2024-07-08 18:51 +00:00
https://mechilgarage.com/product_cat-sitemap.xml	2024-07-10 18:37 +00:00
https://mechilgarage.com/product_tag-sitemap.xml	2024-07-10 16:59 +00:00
https://mechilgarage.com/author-sitemap.xml	2024-07-10 14:26 +00:00

Gambar 12. XML Sitemap Mechil Garage

3.7 Strategi Marketing

Pada gambar 13, strategi marketing Mechil Garage melibatkan penggunaan media sosial *Whatsapp* dan *Instagram*. *Whatsapp* dimanfaatkan untuk membantu konversi promosi menjadi potensi penjualan bagi pelanggan untuk bisa meyakinkan secara personal, sekaligus meningkatkan interaksi dan hubungan pelanggan. *Instagram* dimanfaatkan untuk saluran promosi berbasis komunitas (*community marketing*), yaitu menyebarkan informasi promosi dan produk beserta dengan *website* yang sudah dirancang. Penggunaan kupon yang tersedia di *website*

juga diberdayakan untuk menarik minat pelanggan baru sehingga meningkatkan transaksi, dengan strategi potongan harga 10% untuk pelanggan baru yang mendaftarkan diri untuk berbelanja di *website*.



Gambar 13. Strategi Marketing Instagram & Whatsapp Mechil Garage

4. KESIMPULAN

Implementasi sistem CMS *e-commerce* berbasis WordPress dan WooCommerce di Mechil Garage telah memberikan sejumlah manfaat signifikan. Dengan adanya *update real-time* pada inventori, pelanggan kini mendapatkan informasi ketersediaan produk *spare part* secara instan, mengurangi risiko kehilangan pelanggan ke kompetitor. Sistem ini juga mengatasi keterbatasan jam operasional, memungkinkan Mechil Garage menerima pesanan kapan saja dan meningkatkan kepuasan serta volume penjualan. Fitur *chat box* dan *form* kontak yang terintegrasi memfasilitasi komunikasi langsung dan responsif dengan pelanggan, meningkatkan kualitas layanan. Selain itu, pemanfaatan media sosial dan distribusi kupon efektif dalam meningkatkan promosi dan kesadaran pelanggan tentang penawaran, sementara fitur otomatisasi laporan di WooCommerce mempercepat dan mempermudah pembuatan laporan penjualan, mendukung pengambilan keputusan yang lebih cepat dan efisien.

Untuk mendukung keberhasilan jangka panjang sistem CMS *e-commerce* di Mechil Garage, beberapa area perlu ditingkatkan. Pertama, pelatihan karyawan harus difokuskan pada pengoperasian sistem CMS, termasuk pengelolaan inventori dan pemrosesan pesanan, serta penggunaan fitur *chat box* untuk layanan pelanggan digital. Kedua, pengoptimalan SEO sangat penting untuk meningkatkan visibilitas online, melalui audit SEO rutin dan pembaruan konten yang relevan. Terakhir, penambahan opsi pembayaran *e-wallet* seperti GoPay dan bank lainnya akan mempermudah transaksi bagi pelanggan, meningkatkan fleksibilitas pembayaran.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Baylon Bawo, Y. D. Da, Y. Khwuta, and E. E. Sala, "Aplikasi Penjualan *Sparepart* Kendaraan Bermotor Berbasis Web Pada Bengkel Orakeri Mbay", *Simtek : Jurnal Sistem Informasi dan Teknik Komputer*, vol. 8, no. 1, pp. 141–147, 2023.
- [2] S. L. Kumala, "Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia", *109 Journal of Economics And Regional Science*, vol. 1, no. 2, pp. 109–117, 2021.
- [3] C. S. D. Kusuma *et al.*, *E-Commerce Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Eureka Media Aksara, 2024.
- [4] M. Yoga Bagaskhara, G. Gata, and A. Widjaja, "Implementasi *E-Commerce* Berbasis *Content Management System* (CMS) Wordpress Pada Toko Mainan Koleksi DCR Diecast", *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (SENAFTI)*, vol. 2, no. 1, pp. 809-814, 2023.
- [5] E. Revsie Akbar and H. Irawan, "Analisis Dan Implementasi *E-Commerce* Menggunakan CMS Wordpress Pada Queenita Classic", *IDEALIS*, vol. 4, no. 1, pp. 107-116, 2021.
- [6] J. Jonathan, I. Rahdiana, and F. Aprilyani, "Implementasi *Website E-Commerce* Berbasis CMS (*Content Management System*) Pada Toko Olahraga XYZ", *JSI : Jurnal Sistem Informasi*, vol. 12, no. 1, pp. 17-27, 2023
- [7] D. Kharisma, "Aplikasi *E-Commerce* Untuk Pemesanan *Sparepart* Motor Berbasis Web Menggunakan *Framework Codeigniter*", *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTSI)*, vol. 3, no. 1, pp. 83–89, 2022.
- [8] S. Raden, S. Atmaja, and G. Gata, "Penerapan CMS untuk *Website E-Commerce* pada Chaca Collections", *Prosiding SISFOTEK*, vol. 6, no. 1, pp. 53-57, 2022.
- [9] Onan Marakali Siregar, *Penerapan Bisnis Model Canvas Sentral UMKM*. Puspantara, 2020.
- [10] T. Ermuda Nugroho, "Penerapan *E-Commerce* Dengan Strategi *Business Model Canvas* (BMC) Untuk Penjualan *Sparepart* Motor", *IDEALIS*, vol. 4, no. 2, pp. 177-186, 2021.