

IMPLEMENTASI WEBSITE E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) WORDPRESS UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN PADA BLOWNIE

Abstrak- *Blownie* merupakan sebuah toko online yang menjual kue *brownies* dengan ragam jenis dan variannya, menghadapi sejumlah masalah dalam menjalankan bisnisnya. Beberapa masalah yang dihadapi oleh bisnis ini termasuk keterbatasan promosi yang masih bergantung pada media sosial Instagram, transaksi tanpa bukti pemnayaran formal, pencatatan penjualan yang masih konvensional, serta kesulitan dalam mencapai pelanggan selain dari media sosial Instagram. Sebagai upaya mengatasi kendala ini, fokus penelitian ini adalah untuk mengembangkan situs *website e-commerce* khusus untuk *Blownie*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *Business Model Canvas* (BMC) dan menerapkan strategi *Search Engine Optimization* (SEO) dalam pembuatan *website e-commerce* yang berbasis *CMS WordPress*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk meningkatkan aksesibilitas produk dan layanan terhadap pelanggan secara online. Hasil penelitian berupa *website e-commerce* *Blownie* menunjukkan bahwa dengan dilakukannya pengembangan *website e-commerce* dapat meningkatkan penjualan produk, memperluas jangkauan pasar, serta memberikan akses yang luas kepada pelanggan. Dengan dibangunnya *website e-commerce* ini diharapkan dapat membantu *Blownie* untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi penjualan, serta memberi kemudahan akses terhadap pelanggan dalam mendapatkan produk terbaik untuk pelanggan.

Kata Kunci: *E-commerce, Website, Kue Brownies, SEO, Business Model Canvas*

IMPLEMENTATION OF E-COMMERCE WEBSITE BASED ON CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) WORDPRESS TO INCREASE SALES AT BLOWNIE

Abstract- *Blownie* is an online shop that sells *brownies* with various types and variants, facing a number of problems in running its business. Some of the problems faced by this business include limited promotions that still depend on Instagram social media, transactions without formal proof of payment, manual sales recording, and difficulties in reaching customers other than Instagram social media. As an effort to overcome these obstacles, researchers focused on developing an e-commerce website specifically for *Blownie*. The method used by researchers in this study is *Business Model Canvas* (BMC) and implementing a *Search Engine Optimization* (SEO) strategy in creating an e-commerce website based on *WordPress CMS*. This study aims to increase the accessibility of products and services to customers online. The results of this study indicate that by developing an e-commerce website, it can increase product sales, expand market reach, and provide broad access to customers. By building this e-commerce website, it is hoped that it will help *Blownie* to expand its market, increase sales efficiency, and provide easy access for customers to get the best products for them.

Keywords: *Ecommerce, Website, Kue Brownies, SEO, Business Model Canvas*

1. PENDAHULUAN

Dalam era modern saat ini, penggunaan teknologi informasi, khususnya *internet*, semakin meningkat seiring waktu. Kemajuan pesat dalam bidang teknologi informasi memberikan dampak signifikan bagi pelaku usaha, organisasi, dan perusahaan [1]. Kebutuhan akan teknologi informasi saat ini menjadi sangat penting dan krusial dalam dunia bisnis karena banyak bisnis yang mulai bergantung pada teknologi informasi dalam operasional mereka. Hampir seluruh sektor sudah menggunakan teknologi informasi, terutama sektor bisnis, karena teknologi ini memberikan kelebihan dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas penjualan usaha [2].

Blownie adalah sebuah toko online yang menjual kue *brownies* berbasis di *Instagram*. Dengan menyediakan beragam jenis kue *brownies*, *Blownie* menjadi tempat yang dapat diandalkan konsumen untuk membeli kue *brownies* yang berkualitas. Namun, *Blownie* menghadapi beberapa tantangan terkait dengan pemasaran dan sistem informasi. Saat ini, toko online *blownie* hanya melakukan promosi di media sosial *Instagram* dalam strategi pemasaran dan interaksi dengan pelanggan. Kurangnya sistem informasi yang efisien telah menyebabkan beberapa masalah seperti kurangnya informasi mengenai produk, strategi pemasaran yang kurang optimal, keterbatasan jangkauan pasar, dan kesulitan menemukan preferensi pelanggan.

Salah satu solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi sebuah permasalahan tersebut adalah dengan mengimplementasikan sistem informasi penjualan *e-commerce* berbasis *website* menggunakan *Content Management System* (CMS) seperti *WordPress* [3]. Pemanfaatan *CMS WordPress* memungkinkan integrasi yang

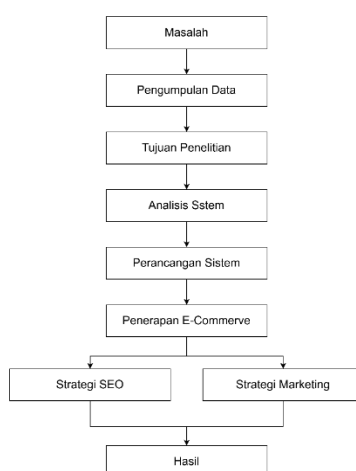
mudah dan fleksibel untuk mengelola berbagai aspek penjualan dan pemasaran secara digital. Dengan adanya *website e-commerce*, pelanggan dapat dengan mudah mengakses informasi produk serta melakukan transaksi pembelian [4]. Hal ini tidak hanya memberikan kemudahan bagi pelanggan tetapi juga memungkinkan toko menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efektivitas promosi, dan meningkatkan volume penjualan. Dengan demikian, diharapkan performa penjualan bisnis dapat meningkat secara signifikan melalui penggunaan sistem *e-commerce* tersebut [5].

Mengadopsi sistem informasi *e-commerce* berbasis *website* diharapkan dapat mengatasi berbagai permasalahan tersebut [6]. Implementasi ini memungkinkan integrasi sistem yang lebih efisien dan terpusat untuk manajemen pemasaran dan interaksi pelanggan. Selain itu, penerapan teknologi informasi ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pemasaran, sehingga tidak hanya mengandalkan konsumen yang membeli melalui media sosial Instagram, tetapi juga menjangkau konsumen yang lebih luas secara *online*. Dengan demikian, solusi ini tidak hanya memecahkan masalah operasional tetapi juga meningkatkan daya saing dan performa penjualan *Blownie* di pasar yang lebih luas.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Pada gambar 1, terdapat langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan penelitian ini. Penelitian ini dimulai dari menganalisis permasalahan yang ada, mengumpulkan data, menetapkan tujuan penelitian, melakukan analisis sistem, merancang sistem, menerapkan strategi *e-commerce*, *SEO* dan pemasaran hingga tercapai hasil yang diinginkan [7].



Gambar 1. Tahapan Penelitian

2.1.1 Masalah

Identifikasi masalah merupakan langkah awal dalam mengidentifikasi masalah yang ada dalam suatu bidang atau topik tertentu. Masalah yang diidentifikasi harus relevan serta dapat dipecahkan. Identifikasi masalah juga dapat diartikan sebagai upaya dalam menjelaskan masalah dan membuat penjelasan yang dapat diukur.

2.1.2 Pengumpulan Data

Berikut merupakan beberapa metode yang dilakukan dalam mengidentifikasi masalah dan pengumpulan data

- Wawancara: Melibatkan interaksi langsung antara pewawancara dan narasumber untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.
- Observasi: Tahapan ini melibatkan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian untuk mendapatkan informasi mengenai kegiatan yang diamati

- c. Studi Literatur: Dirancang untuk mengumpulkan informasi dari penelitian sebelumnya tentang topik yang sama meliputi membaca buku serta jurnal.

2.1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan rumusan yang menunjukkan hasil yang diperoleh setelah penelitian selesai. Tujuan penelitian berisi data-data serta informasi yang ingin dicapai oleh penelitian tersebut.

2.1.4 Analisis Sistem

- a. *Business Model Canvas (BMC)*, dirancang untuk membantu toko mempercepat analisis dan desain rencana proses bisnis serta definisi dan validasi poin bisnis utama. Hasil analisis mode bisnis menggunakan BMC menunjukkan elemen-elemen yang memiliki potensi untuk pengembangan atau perbaikan [8].
- b. *Unified Modeling Language (UML)*, membuat *Use Case Diagram* untuk menjelaskan fungsi utama dari sistem, seperti proses pembelian oleh pelanggan dan manajemen transaksi [9]. Membuat *Activity Diagram* untuk penggambaran alur proses bisnis *website Blownie* dengan menampilkan seluruh aktivitas yang ada di dalamnya .

2.1.5 Perancangan Sistem

Content Management System (CMS) WordPress, menggunakan *platform WordPress* untuk merancang dan mengembangkan *website* penjualan kue *brownies*, yang meliputi:

- a. Pemilihan Tema, memilih tema yang sesuai dengan kebutuhan toko, mempertimbangkan faktor seperti tampilan visual, responsivitas, dan kemudahan pengguna
- b. Pengaturan *Plugin*, melakukan instalasi dan pengaturan *plugin* yang dibutuhkan, seperti *WooCommerce* dan fitur *e-commerce*, *Yoast SEO* untuk optimasi mesin pencari, dan *plugin* untuk pengelolaan dan pelanggan [10].
- c. Penyesuaian Desain, menyesuaikan desain *website* agar sesuai dengan identitas toko, memastikan tampilan yang profesional dan menarik.

2.1.6 Penerapan E-Commerce

- a. *SEO (Search Engine Optimization)*, mengoptimalkan *website* agar mudah ditemukan halaman pertama hasil pencarian dengan penggunaan kata kunci yang relevan, optimasi konten, dan pengaturan *meta tags* [11].
- b. Strategi *Marketing*, menggunakan strategi pemasaran digital seperti media sosial *Instagram* dan promosi menggunakan kupon untuk pelanggan.

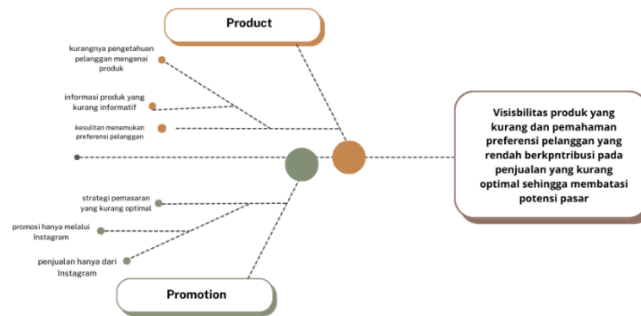
2.1.7 Hasil

Penerapan *e-commerce* berbasis *CMS WordPress* pada *Blownie* diharapkan dapat memberikan beberapa hasil. Pertama, jangkauan pasar yang lebih luas. Kedua, strategi pemasaran lebih optimal dengan pemasaran digital dan *SEO*. Ketiga, efisiensi transaksi juga akan meningkat dengan sistem digital, mempermudah proses pembelian dan pengelolaan laporan penjualan secara *real-time*. Secara keseluruhan, dengan diterapkannya *e-commerce* ini diharapkan dapat meningkatkan performa penjualan, daya saing, dan kepuasan pelanggan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Masalah

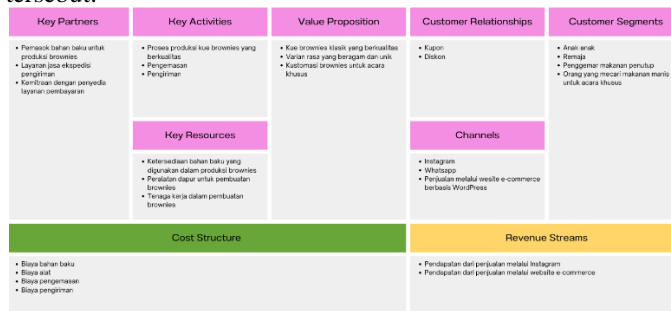
Pada gambar 2, terdapat *Fishbone Diagram* yang merupakan metode untuk menganalisis penyebab dari suatu masalah atau kondisi. Permasalahan yang dihadapi *Blownie* ada 2 kriteria diantaranya: *Product* dan *Promotion*



Gambar 2. Fishbone Diagram

3.2 Business Model Canvas

Pada gambar 3, terdapat *BMC* yang membantu melihat gambaran keseluruhan ide bisnis dan realisasinya dengan cepat. Berikut ini adalah elemen-elemen *BMC* yang diadaptasi untuk toko kue *brownies* dan penjelasan isi dari masing-masing elemen tersebut:



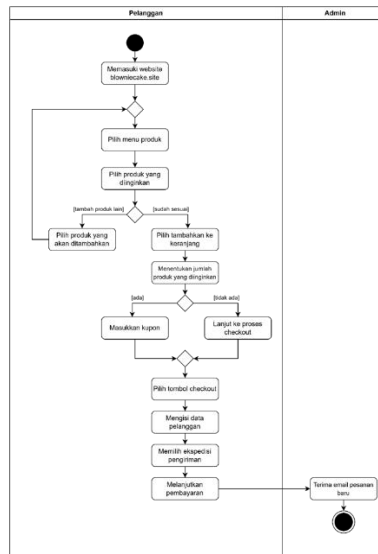
Gambar 3. Business Model Canvas

- Customer Segments*, segmentasi pelanggan yang ditargetkan *Blownie* yaitu: anak-anak, remaja, penggemar makanan penutup, dan orang yang mencari makanan manis untuk acara khusus.
- Value Proposition*, nilai tawaran dari *Blownie* yaitu: kue *brownies* klasik yang berkualitas, varian rasa yang beragam dan unik kustomisasi *brownies* untuk acara khusus.
- Channels*, berikut cara *Blownie* mendapatkan pelanggan: *Instagram*, *WhatsApp*, penjualan melalui *website e-commerce WordPress*.
- Customer Relationship*, berikut cara *Blownie* menjalin hubungan dengan pelanggan: melalui fitur kupon dan diskon.
- Revenue Streams*, berikut sumber pendapatan *Blownie*: melalui *Instagram*, melalui *e-commerce WordPress*.
- Key Resources*, berikut sumber daya yang digunakan *Blownie*: ketersediaan bahan baku berkualitas, peralatan dapur, tenaga kerja.
- Key Activities*, berikut aktivitas-aktivitas dalam *Blownie*: proses produksi kue *brownies* berkualitas, pengemasan, dan pengiriman.
- Key Partners*, berikut cara *Blownie* menjalin kerjasama dengan pihak terkait untuk mendukung kegiatan bisnis *Blownie*: pemasok bahan baku, layanan jasa ekspedisi, penyedia layanan pembayaran.
- Cost Structure*: berikut biaya yang dikeluarkan oleh *Blownie*: biaya bahan baku, biaya alat, biaya pemasaran, dan biaya pengiriman.

3.3 Proses Bisnis Sistem Usulan

- Proses Pemesanan

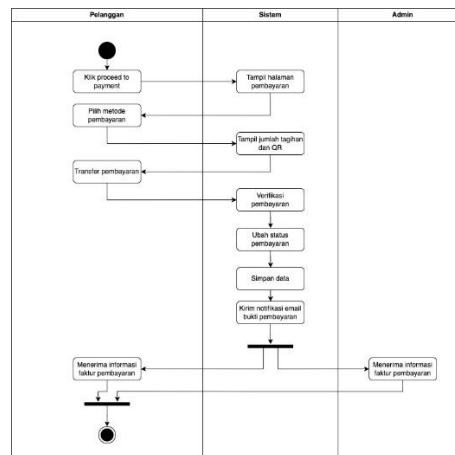
Pada gambar 4, pelanggan akan *login* kedalam *website* kemudian pelanggan dapat melihat produk terlebih dulu atau langsung memilih produk, setelah memilih produk kemudian pelanggan menentukan jumlah produk kemudian pelanggan dapat memasukkan kupon untuk mendapat potongan atau lanjut ke proses *checkout* dengan mengklik tombol *checkout*, mengisi data pelanggan, memilih ekspedisi pengiriman, dan melanjutkan pembayaran, kemudian admin akan menerima *email* pesanan baru.



Gambar 4. Activity Diagram Proses Pemesanan

b. Proses Pembayaran

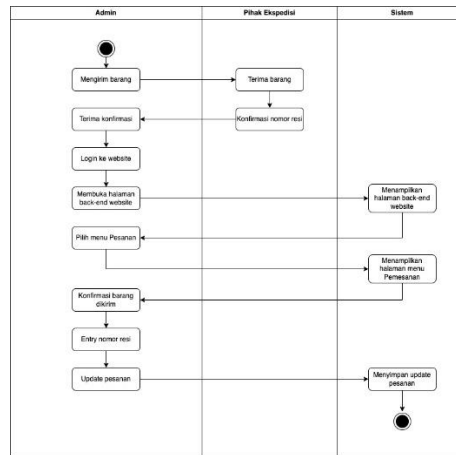
Pada gambar 5, pelanggan akan mengklik *proceed to payment*, dan sistem akan menampilkan halaman pembayaran, pelanggan kemudian memilih metode pembayaran dan sistem akan menampilkan jumlah tagihan dan QR, pelanggan kemudian transfer pembayaran lalu sistem memverifikasi pembayaran, mengubah status pembayaran, menyimpan data, dan mengirimkan notifikasi email bukti pembayaran kepada pelanggan dan admin.



Gambar 5. Activity Diagram Proses Pembayaran

c. Proses Pengiriman Produk

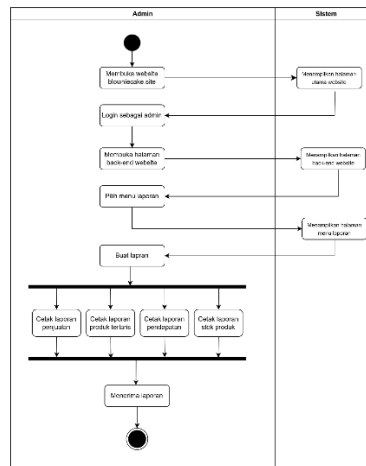
Pada gambar 6, admin akan mengirim barang ke pihak ekspedisi kemudian pihak ekspedisi menerima barang dan mengonfirmasi nomor resi, admin menerima konfirmasi lalu login ke dalam website dan membuka halaman *back-end*, sistem menampilkan halaman *back-end*. Admin memilih menu pesanan kemudian sistem menampilkan halaman pesanan. Admin mengonfirmasi barang yang dikirim, entry nomor resi, *update* pesanan. Sistem kemudian menyimpan *update* pesanan.



Gambar 6. Activity Diagram Proses Pengiriman Produk

d. Proses Laporan

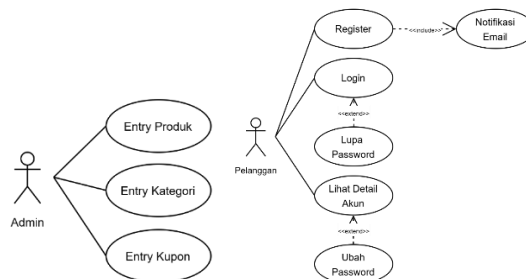
Pada gambar 7, admin membuka *website* lalu *login* sebagai admin, kemudian membuka *back-end website* dan pilih menu laporan lalu buat laporan. Laporan yang dapat dipilih untuk dicetak yaitu laporan penjualan, laporan produk terlaris, laporan pendapatan, laporan stok produk.



Gambar 7. Activity Diagram Proses Laporan

3.4 Use Case Diagram

Pada gambar 8 terdapat *Use Case Diagram* yang menjelaskan interaksi atau fungsi yang ada dalam sistem serta siapa yang memiliki wewenang untuk melakukannya.

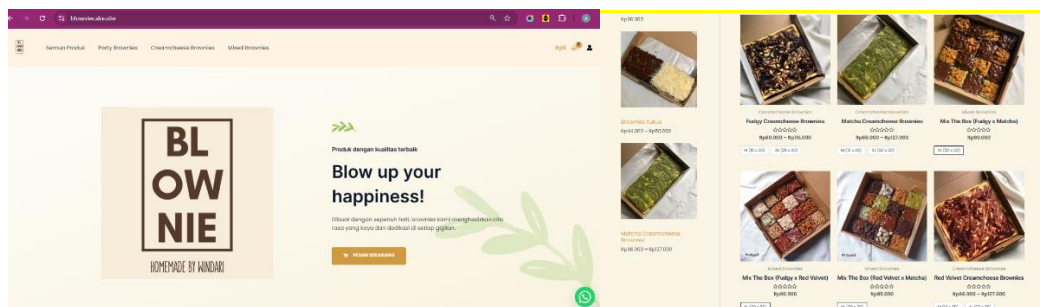




Gambar 8. Use Case Diagram

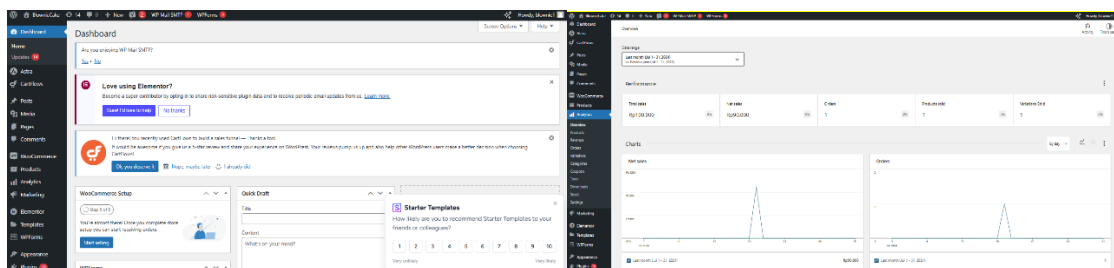
3.5 Implementasi Program

Pada gambar 9, ditampilkan hasil dari implementasi program untuk tampilan *Home & Products* sebagai tampilan awal ketika pengguna memasuki *website* dan memutuskan untuk melakukan transaksi.



Gambar 9. Implementasi Program Tampilan Home & Products

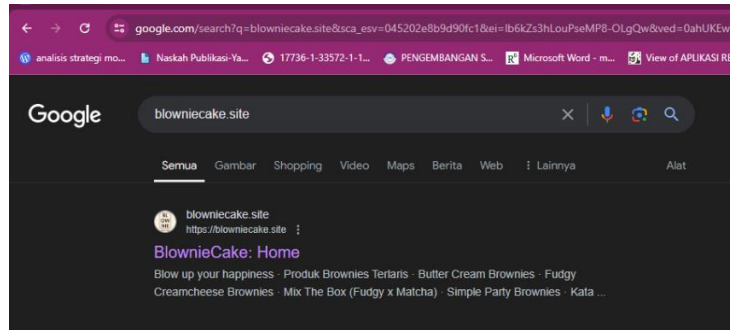
Pada gambar 10, ditampilkan hasil dari implementasi program untuk tampilan *Admin Dashboard & Analytics* sebagai tampilan ketika admin memasuki *back-end website* untuk mengatur *website* dan juga melihat laporan



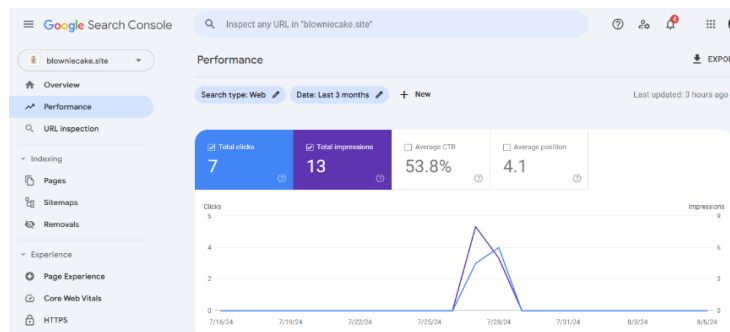
Gambar 10. Implementasi Program Tampilan Admin Dashboard & Analytics

3.6 Strategi SEO

Langkah berikutnya adalah meningkatkan *SEO*. Salah satu caranya yaitu dengan menggunakan *Yoast SEO* yang terdapat dalam *CMS WordPress*. Untuk mempercepat indeksing oleh mesin pencari *Google* perlu menyertakan sitemap dari situs *blowniecake.site* ke *Google Search Console*. *Plugin Yoast SEO* dapat digunakan untuk menghasilkan *sitemap* dari *WordPress*. Hasil pencarian dapat dilihat pada gambar 11 dan hasil penerapan *SEO* pada *Google Search Console* pada gambar 12.



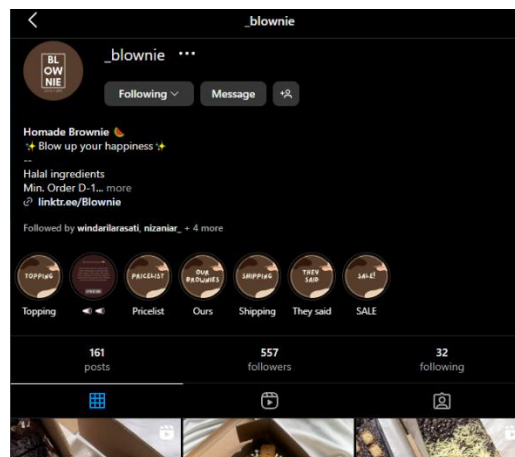
Gambar 11.. Hasil Pencarian Kata Kunci di Google



Gambar 12. Hasil Penerapan pada Google Search Console

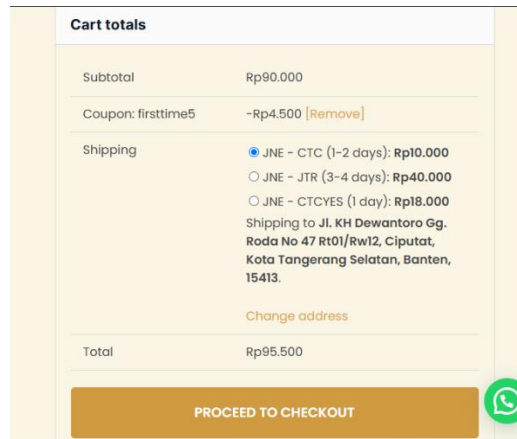
3.7 Strategi Marketing

Pada gambar 13, Merupakan strategi pemasaran yang diterapkan Blownie pada *platform e-commerce* adalah memanfaatkan media sosial. Blownie memilih *Instagram* sebagai kanal utama yang mengarahkan pengguna ke halaman *website e-commerce* untuk melakukan transaksi. Media sosial digunakan sebagai tempat promosi dan memfasilitasi interaksi pelanggan dan penjual.



Gambar 13. Instagram Blownie

Pada gambar 14, strategi pemasaran yang diterapkan di situs *web e-commerce* Blownie adalah melibatkan penggunaan kupon. Pemberian kupon merupakan metode yang efektif untuk memperkenalkan produk dan memberikan informasi kepada pelanggan.



Gambar 14. Strategi marketing kupon dan diskon

4. KESIMPULAN

Dari analisis yang telah dilakukan implementasi *website e-commerce* berbasis *CMS WordPress* pada *Blownie* telah diperoleh kesimpulan yaitu implementasi *website e-commerce* berbasis *CMS WordPress* telah berhasil memperluas jangkauan pasar toko yang sebelumnya penjualan hanya berasal dari *Instagram*. Dengan adanya *platform e-commerce*, toko mampu menjangkau lebih banyak pelanggan secara lebih luas dan efisien. Strategi pemasaran pada toko *Blownie* telah ditingkatkan melalui penerapan *SEO* dan pemasaran digital. Hal ini meningkatkan visibilitas produk di mesin pencari dan media sosial serta menarik lebih banyak pengunjung ke website serta adanya insentif untuk pelanggan berupa kupon dan diskon untuk pembelian pertama dapat meningkatkan penjualan pada toko *Blownie*. Melalui penerapan *website e-commerce* berbasis *CMS WordPress*, toko *Blownie* dapat memberikan informasi yang lebih lengkap, jelas, dan terstruktur mengenai produk-produk yang dijual, sehingga memudahkan pelanggan dalam membeli produk

Saran untuk pengembangan lebih lanjut mencakup pelatihan teknologi bagi staf untuk memaksimalkan penggunaan *platform e-commerce* dan alat pemasaran digital, serta memperluas opsi pembayaran dengan menerima kartu kredit, transfer bank, dan metode lainnya selain *e-wallet* dan *QRIS*. Selain itu, penting untuk konsisten dalam mengoptimalkan *SEO* dengan kata kunci relevan, konten berkualitas, meta tags efektif, serta pemantauan dan penyesuaian strategi berdasarkan analitik performa.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] T. Arianti, A. Fa'izi, S. Adam, M. Wulandari, and P. ' Aisyiyah Pontianak, "PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PERPUSTAKAAN MENGGUNAKAN DIAGRAM UML (UNIFIED MODELLING LANGUAGE)," *Jurnal Ilmiah Komputer Terapan dan Informasi*, vol. 1, no. 1, pp. 19–25, 2022.
- [2] F. Ramdani Rehalat, "SISTEM PAKAR DIAGNOSA PENYAKIT JANTUNG PADA MASYARAKAT MENGGUNAKAN METODE FORWARD CHAINING BERBASIS ANDROID (HEART DISEASE DIAGNOSIS EXPERT SYSTEM IN COMMUNITY USING ANDROID-BASED FORWARD CHAINING METHOD)," *JURNAL TRANSIT*, vol. 9, no. 12, pp. 73–80, 2021.
- [3] A. Indrawan, P. #1, and A. Diana, "Perancangan E-Commerce dengan Business Model Canvas untuk Peningkatan Penjualan pada Toko Parfum," *Jurnal Telematika*, vol. 15, no. 1, pp. 19–27, 2020.
- [4] A. A. Wiguna and A. U. Hamdani, "PENERAPAN E-COMMERCE DENGAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM UNTUK Mendukung Penjualan Produk pada Toko OSTEN TANTIOUS," *SENAFTI*, vol. 2, no. 2, pp. 1410–1419, 2023.
- [5] P. Septi Handayani, D. Anubhakti, I. Novita, and L. Li Hin, "IMPLEMENTASI E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CV INDOMITRA CIPTA PANGAN DENGAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM," *SENAFTI*, vol. 2, no. 1, pp. 908–914, 2023.
- [6] S. Ilyasa and A. U. Hamdani, "PENERAPAN E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM PADA TOKO MBUL FOODIES UNTUK Mendukung Penjualan Pemasaran," *SENAFTI*, vol. 2, no. 1, pp. 863–870, 2023.
- [7] P. Natasya et al., "PERANCANGAN DAN PEMBUATAN COMPANY PROFILE BERBASIS WEBSITE MENGGUNAKAN CMS WORDPRESS PADA KAFE KAJA KOREAN STREET FOOD DI GARUT," *Applied Business and Administration Journal*, vol. 2, no. 1, pp. 91–99, 2023.
- [8] M. Alda, "Perancangan E-Commerce Penjualan Kue Dengan Menerapkan Model B2C (Business To Consumer)," 2022.

- [9] A. Nurcahyani, A. Budimansyah Purba, L. Setiyani, and H. Sufansa Komara Dewi, “REKAYASA SISTEM INFORMASI PENYEWAAN BAJU KEBAYA MENGGUNAKAN XTREME PROGRAMMING DENGAN UNIFIED MODELLING LANGUAGE,” *Jurnal Informatika Teknologi dan Sains (JINTEKS)*, vol. 6, no. 2, pp. 273–278, 2024.
- [10] F. Sinata, “The Effect Of User Interface Responsive Mobile Website On The Number Of Visitors Of Pandanhouse.Com Website,” *Jurnal Algoritma, Logika dan Komputasi*, vol. VI, no. 2, pp. 595–604, 2023, doi: 10.30813/j-alu.v2i2.4771.
- [11] F. Aditya Nur Akbar and H. Patrie, “Implementasi E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Bundys Cake And Kitchen,” *Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (SENAFTI) Jakarta-Indonesia*, pp. 1904–1912, 2022, [Online]. Available: <https://senafti.budiluhur.ac.id/index.php>