

IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* BERBASIS *WEB* UNTUK MEMPERLUAS PENJUALAN PADA TOKO BAROKAH MOESLEMAH

Ihsan Kamil^{1*}, Humisar Hasugian²

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

Email: ^{1*}2012501009@student.budiluhur.ac.id, ²humisarhasugian@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak - Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, *E-commerce* telah menjadi elemen penting dalam mengubah cara bisnis, khususnya dalam industri pakaian, menyediakan produk dan layanan kepada konsumen. Toko Barokah Moeslemah, yang berfokus pada penjualan pakaian muslim, menghadapi berbagai tantangan dalam aktivitas operasionalnya. Tantangan utama yang dihadapi meliputi kesulitan dalam menarik pelanggan baru karena keterbatasan metode pemasaran yang hanya mengandalkan fitur *Whatsapp* dan pemesanan langsung di toko. Selain itu, proses pemesanan yang kurang efisien menyebabkan waktu yang terbuang dan kurangnya kepuasan pelanggan. Proses pencatatan penjualan yang masih manual juga membuka kemungkinan terjadinya kesalahan dalam laporan, sehingga tidak akurat dalam merefleksikan kondisi sebenarnya dari penjualan. Untuk mengatasi permasalahan ini, penelitian ini merancang dan mengimplementasikan sistem *E-commerce* berbasis *web* yang bertujuan untuk meningkatkan promosi, mempermudah proses pemesanan produk, dan memperbaiki sistem pencatatan penjualan. Sistem ini diharapkan dapat memberikan solusi yang efektif untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing Toko Barokah Moeslemah di pasar yang semakin kompetitif. Dengan adanya sistem *E-commerce*, pelanggan dapat dengan mudah mengakses produk yang ditawarkan, melakukan pemesanan kapan saja dan di mana saja, serta mendapatkan informasi yang lebih transparan mengenai produk dan harga. Selain itu, laporan penjualan akan tercatat secara otomatis dan akurat, sehingga manajemen toko dapat mengambil keputusan berdasarkan data yang lebih tepat. Implementasi *E-commerce* ini dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan bagi Toko Barokah Moeslemah.

Kata Kunci: Teknologi Informasi, *E-Commerce*, *Search Engine Optimization*

IMPLEMENTATION OF WEB-BASED *E-COMMERCE* TO EXPAND SALES AT THE MOESLEMAH BAROKAH STORE

Abstract - With the rapid development of information technology, *E-commerce* has become an important element in changing the way businesses, especially in the clothing industry, provide products and services to consumers. The Barokah Moeslemah store, which focuses on selling Muslim clothing, faces various challenges in its operational activities. The main challenges faced include difficulties in attracting new customers due to limited marketing methods that only rely on the *WhatsApp* feature and ordering directly in stores. In addition, an inefficient ordering process causes wasted time and lack of customer satisfaction. The process of recording sales which is still manual also opens up the possibility of errors in the report, making it inaccurate in reflecting the actual conditions of sales. To overcome this problem, this research designs and implements a web-based *E-commerce* system which aims to increase promotions, simplify the product ordering process, and improve the sales recording system. This system is expected to provide an effective solution to increase operational efficiency and competitiveness of the Barokah Moeslemah Store in an increasingly competitive market. With the *E-commerce* system, customers can easily access the products offered, place orders anytime and anywhere, and get more transparent information about products and prices. In addition, sales reports will be recorded automatically and accurately, so that store management can make decisions based on more precise data. The implementation of *E-commerce* can have a positive impact on increasing sales and customer loyalty for the Barokah Moeslemah Shop.

Keywords: Information Technology, *E-Commerce*, *Search Engine Optimization*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi dan informasi telah membawa dampak signifikan dalam pengelolaan bisnis, termasuk dalam sektor perdagangan pakaian. *E-commerce* telah menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi bisnis dengan menawarkan kemudahan akses, jangkauan pasar yang lebih luas, serta proses transaksi yang lebih cepat [1]. Toko Barokah Moeslemah, yang bergerak di bidang pakaian muslim, menghadapi tantangan dalam mendapatkan pelanggan baru karena masih terbatas pada penggunaan fitur *WhatsApp* untuk pemasaran, serta proses pemesanan dan laporan penjualan yang masih dilakukan secara manual. Untuk mengatasi masalah ini, penerapan sistem informasi *E-commerce* berbasis *web* menjadi kebutuhan strategis. Sistem ini diharapkan dapat

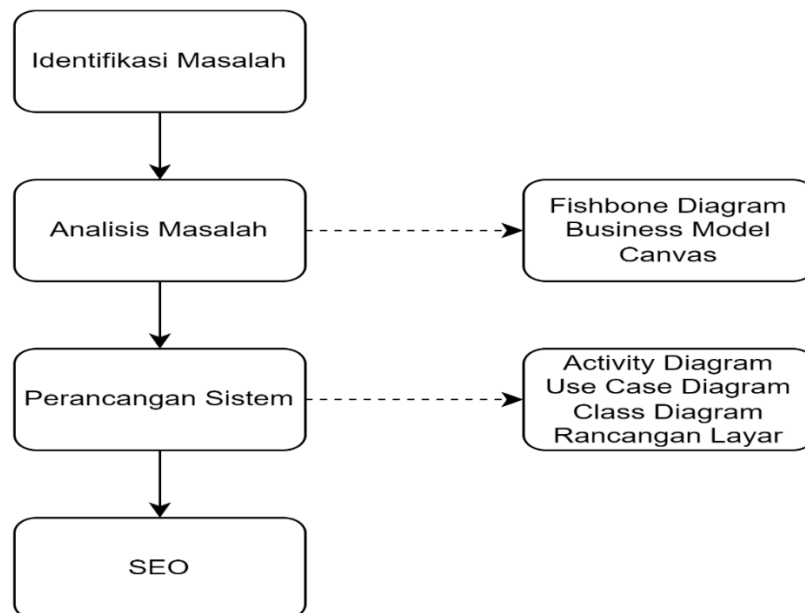
memperluas jangkauan pasar, mempercepat proses transaksi, meningkatkan pengalaman berbelanja pelanggan, serta memudahkan pemilik toko dalam mengelola penjualan dan membuat laporan secara lebih akurat, sehingga mampu meningkatkan daya saing Toko Barokah Moeslemah di pasar yang semakin kompetitif.

Penelitian ini menggunakan studi literatur, beberapa di antaranya yaitu, penelitian [2] yang berjudul “Aplikasi Penjualan Baju Berbasis *Web* (E-Commerce) dengan Formulasi Penyusunan Kode”. Penelitian [3] yang berjudul “Perancangan Aplikasi *E-commerce* Produk Obatobatan Pada Apotik Bagja Cirebon Berbasis *Web*”. Penelitian [4] yang berjudul “Perancangan Aplikasi Penjualan Berbasis *Web* pada Usaha Kecil Menengah (UKM)”. Penelitian [5] yang berjudul “Perancangan Sistem *E-commerce* Berbasis *Website* Untuk Transaksi Penjualan Toko Pakaian Bumdes Limbato Kabupaten Boalemo”. Penelitian [6] yang berjudul “Perancangan Aplikasi *E-commerce* Penjualan Kayu Pada Pt. Sekar Gayanti Utama Berbasis *Web*”.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian ini dimulai dengan identifikasi masalah melalui wawancara untuk memahami permasalahan yang dihadapi oleh Toko Barokah Moeslemah dan menentukan fitur yang diperlukan. Selanjutnya, analisis masalah dilakukan menggunakan fishbone diagram untuk mengidentifikasi akar masalah dan *Business Model Canvas* (BMC) untuk memvisualisasikan konsep bisnis [7]. Perancangan sistem melibatkan penggunaan diagram UML untuk menggambarkan kebutuhan toko serta perancangan UI/UX menggunakan *Balsamiq*. Akhirnya, optimasi situs *WEB* dilakukan dengan teknik SEO menggunakan *plugin Yoast SEO* untuk meningkatkan visibilitas toko di mesin pencari dan *plugin advance order export* untuk mencetak laporan [8]. Berikut dibawah ini merupakan Tahapan Penelitian pada gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

2.2 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pemilik Toko Barokah Moeslemah untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman, tantangan, dan kepuasan pelanggan, serta observasi langsung terhadap kegiatan operasional toko [9]. Selain itu, analisis dokumen seperti laporan penjualan dan keuangan dilakukan untuk memahami aspek manajerial toko [10]. Studi literatur juga dilakukan dengan meneliti riset terdahulu dan sumber ilmiah yang relevan guna membangun kerangka teori dan mendukung analisis.

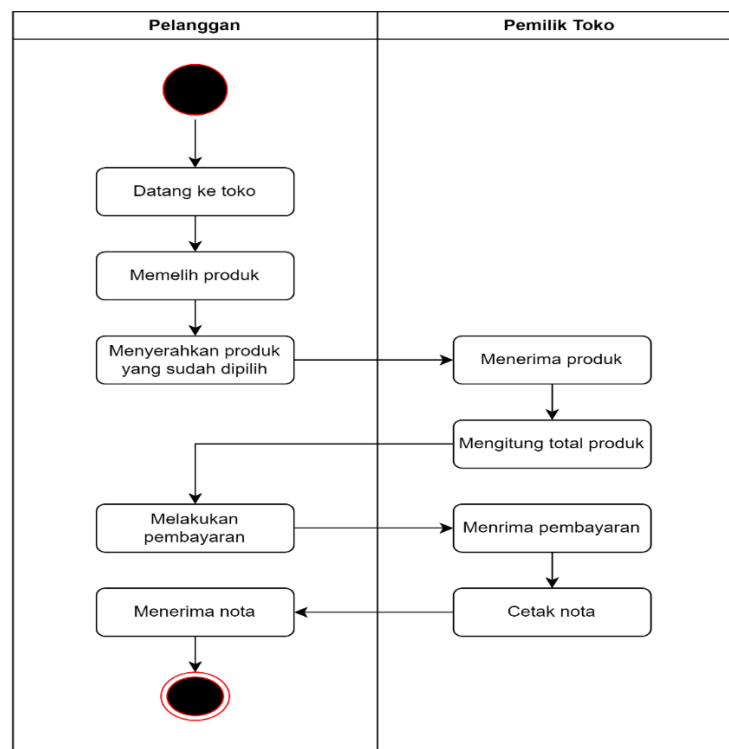
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Proses Sistem Berjalan

Proses bisnis Toko Barokah Muslimah dimulai dengan kedatangan pelanggan ke toko. Pelanggan kemudian memilih produk yang ingin dibeli dengan melihat dan memilih produk yang tersedia di Toko Barokah Muslimah. Setelah itu, produk yang dipilih diserahkan kepada pemilik toko. Bagian penjualan kemudian menghitung total harga produk yang dipilih oleh pelanggan. Pelanggan kemudian mempersiapkan metode pembayaran yang tersedia, seperti tunai, debit, atau QRIS. Setelah melakukan pembayaran, bagian penjualan mencetak nota dan memberikannya kepada pelanggan.

a. Proses Penjualan Produk

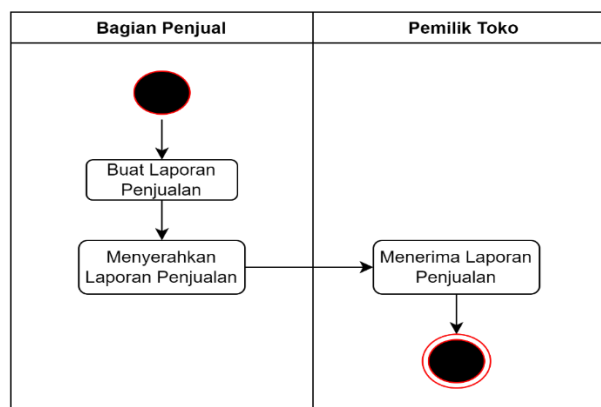
Pada gambar 2. pelanggan yang membeli produk di Toko Barokah Moeslemah akan langsung melihat produk di area penjualan, kemudian berinteraksi dengan penjaga toko untuk memeriksa harga. Setelah memastikan bahwa produk dan harga sesuai, pelanggan dapat melanjutkan dengan proses pembayaran.



Gambar 2. Proses Penjualan Produk

b. Proses Laporan Penjualan

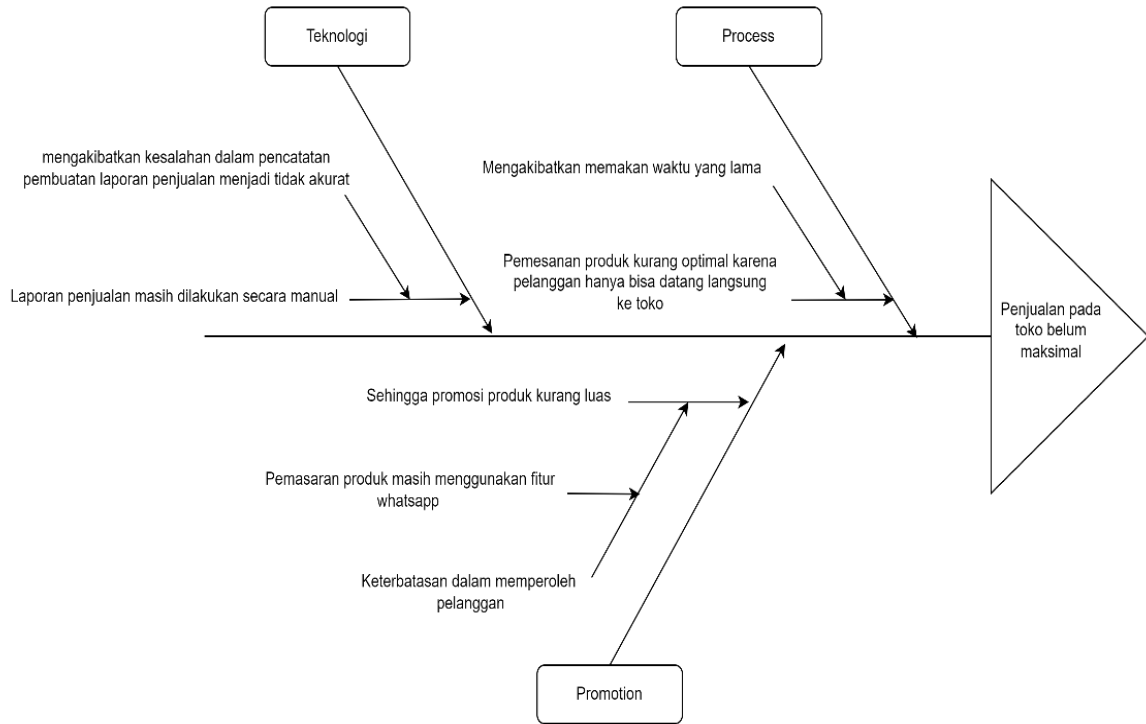
Pada gambar 3. setiap harinya, bagian penjualan menyusun laporan berdasarkan nota yang tercatat. Laporan ini kemudian diserahkan kepada pemilik Toko.



Gambar 3. Proses Laporan Penjualan

3.2 Analisis Masalah

Untuk menjelaskan permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini, digunakan *fishbone diagram* sebagai alat bantu. *Fishbone diagram* dapat dilihat pada Gambar 4.

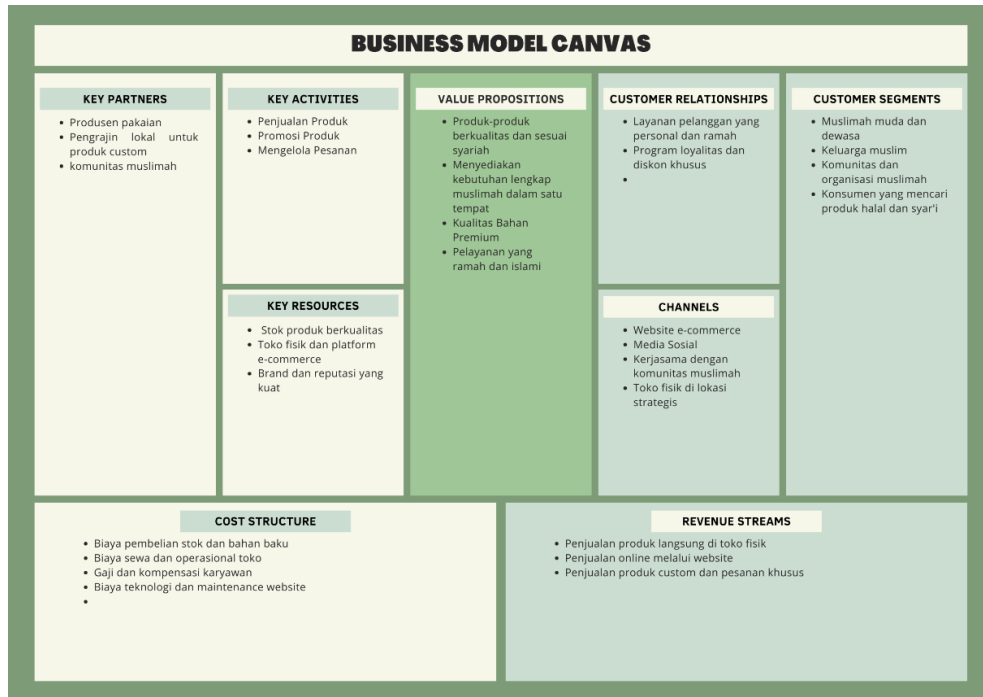


Gambar 4. *Fishbone Diagram*

Gambar 4 menunjukkan fishbone diagram yang digunakan untuk menganalisis akar permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini. Diagram ini membantu mengidentifikasi dan mengkategorikan faktor-faktor yang berkontribusi terhadap permasalahan utama, seperti faktor manusia, metode, mesin, material, lingkungan, dan manajemen.

3.3 Business Model Canvas

Berikut adalah analisa model bisnis yang menggambarkan ide bisnis pada Toko Barokah Moeslemah, yang disusun menggunakan *Business Model Canvas* yang dapat dilihat pada gambar 5.

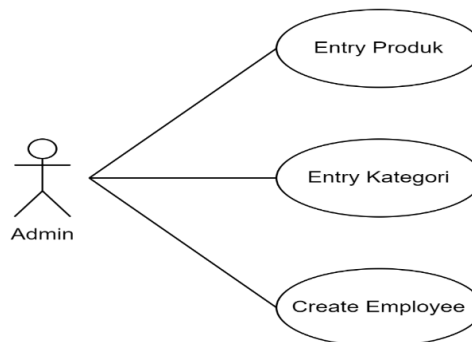


Gambar 5. Business Model Canvas

Gambar 5 menunjukkan *Business Model Canvas* yang digunakan untuk menganalisis dan memvisualisasikan model bisnis Toko Barokah Moeslemah. *Canvas* ini terdiri dari sembilan elemen utama yang mencakup segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, aktivitas kunci, mitra utama, dan struktur biaya.

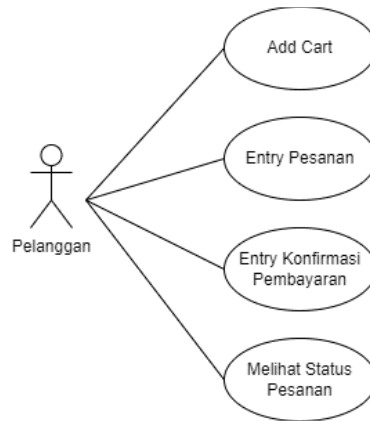
3.4 Use Case Diagram

Pada gambar 6. merupakan *Use Case Diagram Master Admin* yang terdiri dari *Entry Produk*, *Entry Kategori*, dan *Create Employee*.



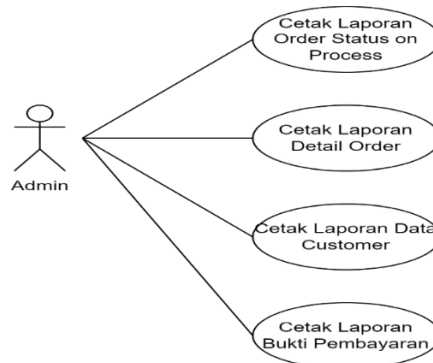
Gambar 6. Use Case Diagram Master Admin

Pada gambar 7. merupakan *Use Case Diagram Transaksi Pelanggan* yang terdiri dari *Add Cart*, *Entry Pesanan*, *Entry Konfirmasi Pembayaran*, *Melihat Status Pesanan*.



Gambar 7. Use Case Diagram Transaksi Pelanggan

Pada gambar 8. merupakan Use Case Diagram Laporan yang terdiri dari Cetak Laporan Order Status On Process, Cetak Laporan Detail Order, Cetak Laporan Data Customer, Cetak Laporan Bukti Pembayaran.

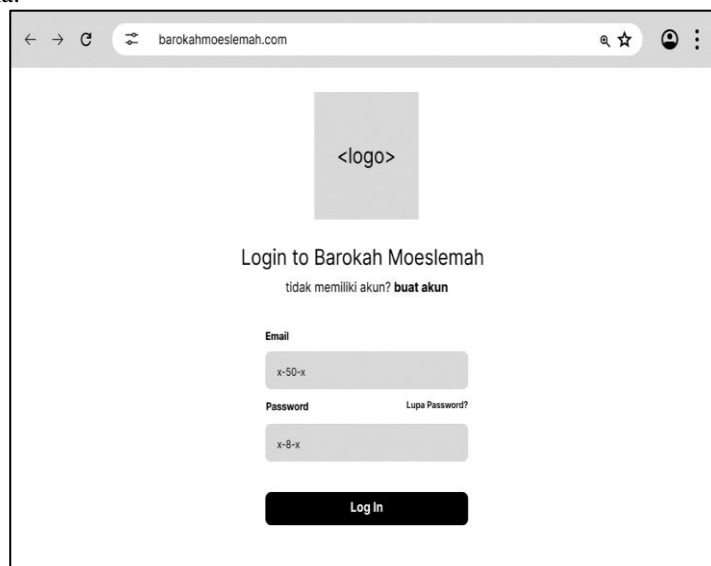


Gambar 8. Use Case Diagram Laporan

3.5 Rancangan Layar User Interface & User Experience

a. Tampilan Halaman Login/Masuk

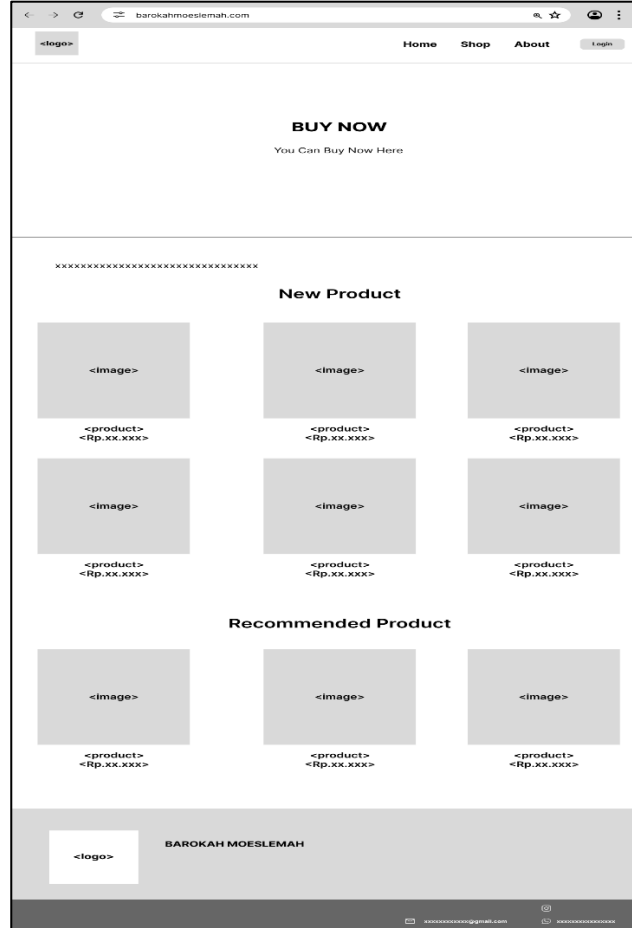
Pada gambar 9. Ditampilkan tampilan User Interface bagian login pada situs web E-commerce Toko Barokah Moeslemah. Halaman ini menyajikan formulir untuk mengisi email dan kata sandi, yang memungkinkan pengguna untuk masuk dan berbelanja. Pelanggan dapat mengakses halaman login dengan mengklik tombol login yang tersedia di halaman utama.



Gambar 9. Tampilan Halaman Login/Masuk

b. Tampilan Halaman *Home*

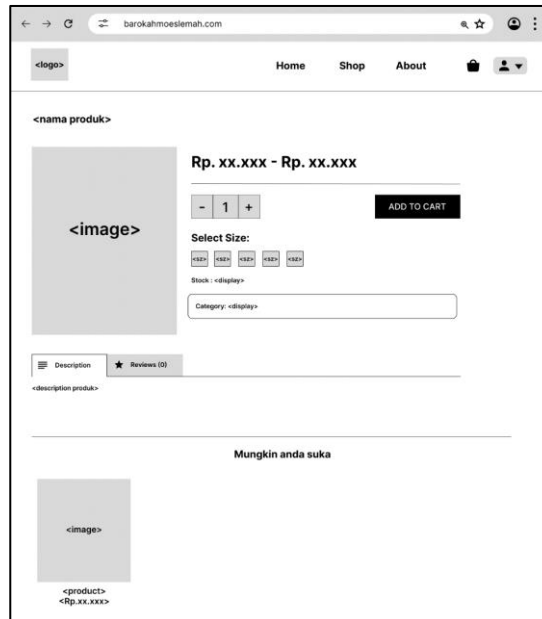
Pada gambar 10. Ditampilkan tampilan *User Interface* bagian *home* pada situs web *E-commerce* Toko Barokah Moeslemah. Halaman ini menyajikan navigation bar serta produk terbaru dan rekomendasi produk, berfungsi sebagai halaman utama dan navigasi utama situs *E-commerce* tersebut.



Gambar 10. Tampilan Halaman *Home*

c. Tampilan Halaman Produk

Pada gambar 11. Ditampilkan tampilan *User Interface* bagian detail produk di situs web *E-commerce* Toko Barokah Moeslemah. Halaman ini menampilkan informasi detail produk seperti gambar, ukuran stok, dan deskripsi, memungkinkan pengguna untuk mengetahui informasi secara mendalam serta menambahkan produk ke dalam keranjang. Halaman detail produk dapat diakses dengan mengklik salah satu produk di halaman shop.



Gambar 11. Tampilan Halaman Produk

d. Tampilan Laporan Penjualan E-Commerce

Gambar 12 menampilkan gambar dari laporan penjualan E-Commerce yang sudah dibuat untuk memantau dan menganalisis data penjualan secara efisien. Laporan ini mencakup detail transaksi seperti kategori produk, harga produk, dan juga stok produk, sehingga dapat mendukung pemantauan laporan penjualan.

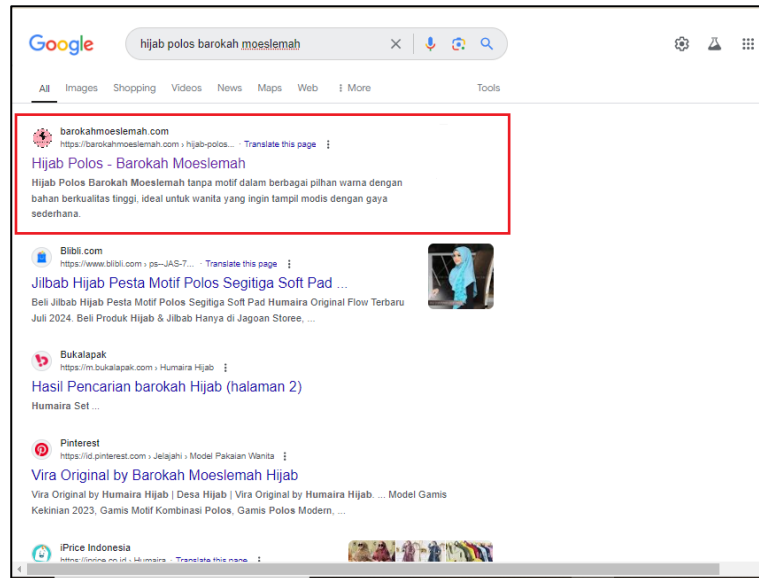
No	Category	Product	Price	Stock	Actions
1	Gamis	Gamis Ivalova Muslimah	Size s : Rp. 150,000 Size m : Rp. 245,000 Size l : Rp. 250,000 Size xl : Rp. 275,000 Size xxl : Rp. 300,000	Size s : 20 Size m : 20 Size l : 19 Size xl : 20 Size xxl : 20	[Edit] [Delete] [Star]
2	Gamis	Elzatta Gamis Narina - Hitam	Size s : Rp. 200,000 Size m : Rp. 245,000 Size l : Rp. 250,000 Size xl : Rp. 255,000 Size xxl : Rp. 325,000	Size s : 20 Size m : 7 Size l : 12 Size xl : 24 Size xxl : 21	[Edit] [Delete] [Star]

Gambar 12. Tampilan Laporan Penjualan E-Commerce

3.6 Strategi Search Engine Optimization (SEO)

Strategi SEO untuk website E-commerce Toko Barokah Moeslemah mencakup beberapa langkah penting. Pertama, identifikasi kata kunci relevan seperti "gamis syari," "sarung nusantara," dan "kerudung bergo instan." Kedua, gunakan *Google Keyword Planner* untuk menemukan kata kunci dengan volume pencarian tinggi. Ketiga, optimasi gambar dengan memberi nama file sesuai kata kunci. Keempat, terapkan deskripsi meta tag untuk memberikan ringkasan konten halaman yang membantu mesin pencari memahami isi halaman. Kelima, pilih domain yang mudah dipahami mesin pencari untuk memudahkan *crawling* dan meningkatkan performa di *Google*. Keenam, konfigurasi *Google Search Console* untuk memastikan semua halaman terindeks melalui sitemap XML. Ketujuh, salin TXT verifikasi ke hosting untuk memastikan kepemilikan domain. Terakhir, hasil dari penerapan strategi SEO menunjukkan peningkatan visibilitas yang signifikan, dengan situs Toko Barokah Moeslemah

berhasil masuk ke halaman pertama hasil pencarian *Google*, menampilkan produk yang tersedia di *web*. Hasil SEO dapat dilihat pada gambar 13.



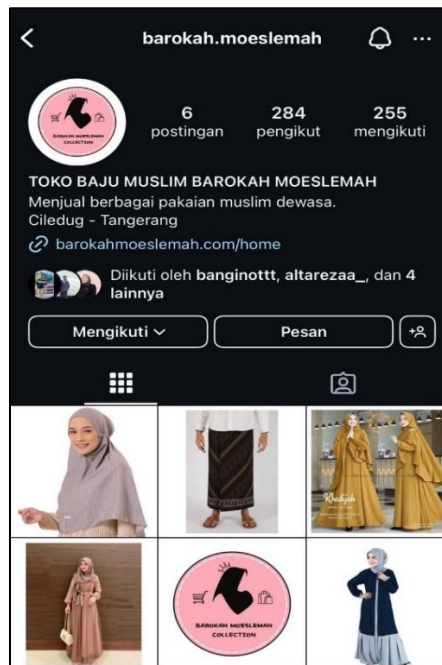
Gambar 13. Hasil Pencarian Google

3.7 Strategi Marketing/Pemasaran

Barokah Moeslemah telah memanfaatkan media sosial, seperti *Instagram* dan *WhatsApp*, strategi *marketing* yang akan diaplikasikan pada toko Barokah Moeslemah yaitu :

a. Mencantumkan link *WEB E-commerce* pada sosial media toko Barokah Moeslemah

Web Barokah Moeslemah mencantumkan *link* pada media sosial *Instagram* sebagai strategi pemasaran yang dapat dilihat pada gambar 14.

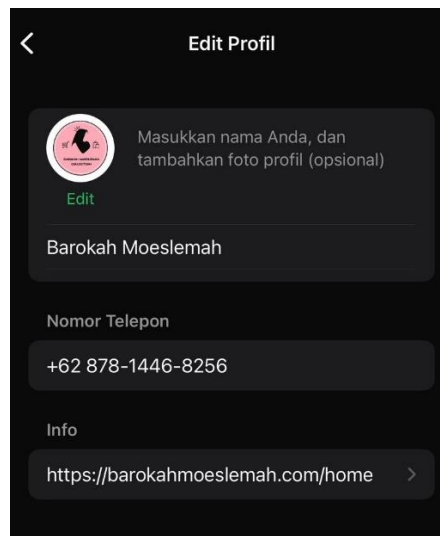


Gambar 14. Link Web Pada Media Sosial Instagram

b. Melakukan promosi pada media sosial seperti *Whatsapp*

Melakukan promosi pada media sosial seperti *WhatsApp* melibatkan penggunaan platform ini untuk menyebarluaskan informasi tentang produk, penawaran khusus, dan update terbaru kepada pelanggan. Melalui fitur-fitur *WhatsApp*, seperti pesan *broadcast*, status, dan grup, Toko Barokah Moeslemah dapat menjangkau audiens yang lebih luas secara langsung. Pendekatan ini memungkinkan interaksi yang lebih personal dan

responsif dengan pelanggan, meningkatkan keterlibatan dan memperkuat hubungan pelanggan dengan merek, dapat dilihat pada gambar 15.



Gambar 15. Promosi Pada Whatsapp

4. KESIMPULAN

Implementasi *WEB E-commerce* di Toko Barokah Moeslemah telah berhasil memperluas jangkauan pasar dengan memberikan akses informasi produk yang mudah diakses kapan saja dan di mana saja tanpa perlu mengunjungi toko fisik. Sistem ini juga mempermudah pemantauan laporan penjualan secara *real-time* dan efisien. Untuk meningkatkan efektivitas, disarankan untuk memperbaiki desain UI/UX *WEB* agar lebih menarik dan meningkatkan pengalaman pengguna. Selain itu, optimalisasi SEO harus dilakukan secara menyeluruh agar *WEB* dan produk tampil di halaman pertama mesin pencari. Penambahan fitur-fitur yang memudahkan pelanggan saat berkunjung ke *WEB E-commerce* juga dianjurkan untuk meningkatkan kepuasan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] G. T. Anggraini Ujjianti, "Penerepan *Website E-commerce* Berbasis Content Management System (Cms) Untuk Pelayanan Penjualan," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, pp. 436–442, 2020.
- [2] S. A. Widiana, S. Sintaro, R. Arundaa, E. Alfonsius, and D. Lapihu, "Aplikasi Penjualan Baju Berbasis *Web* (E-Commerce) dengan Formulasi Penyusunan Kode," *J. Inf. Technol. Softw. Eng. Comput. Sci.*, vol. 1, no. 1, pp. 35–43, 2022, doi: 10.58602/itsecs.v1i1.11.
- [3] D. P. Adhi and W. N. Dewi, "Perancangan Aplikasi *E-commerce* Produk Obatobatan Pada Apotik Bagja Cirebon Berbasis *Web*," *J. Digit.*, vol. 11, no. 2, p. 155, 2021, doi: 10.51920/jd.v11i2.201.
- [4] Iqbal M, Rahmat Tullah, and Michael, "Perancangan Aplikasi Penjualan Berbasis *Web* pada Usaha Kecil Menengah (UKM)," vol. 4, no. 1, pp. 48–53, 2022.
- [5] A. Azwar, H. Hamria, and E. Muksin, "Perancangan Sistem *E-commerce* Berbasis *Website* Untuk Transaksi Penjualan Toko Pakaian Bumdes Limbato Kabupaten Boalemo," *Simtek J. Sist. Inf. dan Tek. Komput.*, vol. 6, no. 2, pp. 141–149, 2021, doi: 10.51876/simtek.v6i2.107.
- [6] I. G. T. Isa, "PERANCANGAN APLIKASI *E-COMMERCE* PENJUALAN KAYU PADA PT. SEKAR GAYANTI UTAMA BERBASIS *WEB*," *Jasisfo (Jurnal Sist. Informasi)*, vol. 2, no. 1, pp. 127–140, 2021.
- [7] F. Ramadhan and L. Fajarita, "Implementasi Rancangan *E-commerce* pada Surya Timur Collection dengan Metode BMC berbasis CMS," *J. IDEALIS*, vol. 3, pp. 251–259, 2020.
- [8] N. Musthofa and M. A. Adiguna, "Perancangan Aplikasi *E-commerce* Spare-Part Komputer Berbasis *Web* Menggunakan CodeIgniter Pada Dhamar Putra Computer Kota Tangerang," *OKTAL J. Ilmu Komput. dan Sains*, vol. 1, no. 03, pp. 199–207, 2022.
- [9] P. Hendriyati and A. Yusta, "Implementasi Aplikasi *E-commerce* Berbasis *Web*," *JURSIMA (Jurnal Sist. Inf. dan Manajemen)*, vol. 9, no. 1, pp. 40–48, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.stmikgici.ac.id/index.php/jursima/article/view/232>
- [10] A. Lestari, A. Sucipto, A. Thyo Priandika, A. Apririansyah, and Y. Suwarno, "Implementasi Safety Stok Pada Sistem Pengelolaan Stok Pada Toko Si Oemar Bakery Berbasis *Web*," *Telefortech*, vol. 3, no. 1, pp. 5–11, 2022.