

Penerapan *E-Commerce* Berbasis *Content Management System* Untuk Menunjang Penjualan Produk Pada Konveksi XYZ

Rahma Putri Purnamasari^{1*}, Agus Umar Hamdani²

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

Email: ^{1*}Rahma.putri57777@gmail.com, ²agus.umarhamdani@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak-Penerapan teknologi informasi pada kegiatan sehari-hari merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan pada masa ini. Dengan manfaat seperti mempermudah pekerjaan, mempercepat proses dan membantu kegiatan menjadi lebih efektif serta efisien, tentu saja memungkinkan teknologi informasi untuk diterapkan pada bidang usaha perdagangan produk dan jasa. *E-Commerce* atau *Electronic Commerce* merupakan salah satu teknologi informasi berupa proses jual beli daring yang dilakukan antara produsen dan konsumen dengan bantuan teknologi seperti komputer atau laptop dan jaringan internet. Konveksi XYZ merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa konveksi yang terletak di Cipadu, Tangerang. Pandemi *Covid-19* yang berlangsung dari 2 tahun lalu mengakibatkan kondisi keuangan usaha menjadi menurun dikarenakan kurangnya pembeli. Hal tersebut terjadi karena kurangnya pemasaran dan promosi yang dilakukan serta sulitnya mengetahui informasi barang yang ada. Selain itu, kurangnya penerapan teknologi informasi yang dapat mempermudah kegiatan usaha seperti proses pencatatan, penyimpanan, dan pembuatan laporan penjualan, pengiriman dan sebagainya dapat membuat terjadinya kesalahan dalam data transaksi dan ketidak lengkapan informasi penjualan. Berdasarkan hal tersebut, penulis melakukan penelitian untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang terjadi di konveksi XYZ. Dengan menggunakan metodologi *Business Model Canvas* (BMC) untuk menganalisa model bisnis, *Fishbone diagram* untuk menganalisa masalah, *Content Management System* (CMS) untuk pembuatan website serta *Search Engine Optimizer* (SEO) dan *Marketing Mix 4P* untuk strategi pemasaran dan promosi. Penelitian ini memberikan hasil akhir berupa prototipe website *E-Commerce* yang dapat menunjang penjualan produk pada konveksi XYZ dengan fitur penyajian kupon dan diskon, fitur pendokumentasian informasi pemesanan, konfirmasi pembayaran dengan 3 digit kode unik pada total pembayaran, dan penerapan SEO.

Kata Kunci: konveksi, *e-commerce*, *business model canvas*, *content management system*, *search engine optimizer*, *marketing mix 4p*

IMPLEMENTATION OF *E-COMMERCE* BASED ON *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM* TO SUPPORT PRODUCT SALES IN XYZ CONVECTION

Abstract- The application of information technology in daily activities is something that cannot be separated from life at this time. With benefits such as simplifying work, speeding up processes and helping activities to be more effective and efficient, of course, enabling information technology to be applied to the business sector of trading products and services. *E-Commerce* or *Electronic Commerce* is one of the information technologies in the form of an online buying and selling process carried out between producers and consumers with the help of technology such as computers or laptops and internet networks. XYZ Convection is a business that engaged in convection services located in Cipadu, Tangerang. The *Covid-19* pandemic that lasted from 2 years ago caused the financial condition of the business to decline due to a lack of buyers. This is happened because of the lack of marketing and promotion carried out and the difficulty of knowing the information on existing goods. In addition, the lack of application of information technology that can facilitate business activities such as the process of recording, storing, and making sales reports, shipping and so on can create errors in transaction data and incomplete sales information. Based on this, the author conducts research to provide solutions to the problems that occur in XYZ convection. By using the *Business Model Canvas* (BMC) methodology to analyze business models, *Fishbone diagrams* to analyze problems, *Content Management System* (CMS) for website creation, *Search Engine Optimizer* (SEO) and *Marketing Mix 4P* for marketing and promotion strategies. The Research provides the final result in the form of an *E-Commerce* website prototype which can support product sales at XYZ Convection with features like coupon and discount display, documenting order information, confirming payments with a unique 3-digit code on the total payment, and implementing SEO.

Keywords: convection, *e-commerce*, *business model canvas*, *content management system*, *search engine optimizer*, *marketing mix 4p*

1. PENDAHULUAN

Penerapan teknologi informasi pada kegiatan sehari-hari merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan pada masa ini. Perkembangannya yang pesat membuat daya tarik masyarakat terhadap teknologi informasi juga meningkat. Dengan manfaat seperti mempermudah pekerjaan, mempercepat proses dan membantu kegiatan menjadi lebih efektif serta efisien, tentu saja memungkinkan teknologi informasi untuk diterapkan pada

bidang usaha perdagangan dan jasa. Salah satu teknologi yang dapat dimanfaatkan ialah *Electronic Commercial* atau *E-Commerce*. *E-Commerce* atau perdagangan elektronik ialah perdagangan barang atau jasa yang memanfaatkan jaringan komputer yang mana transaksi dapat terjadi antara usaha, rumah tangga, individu, pemerintah dan organisasi lainnya[1].

Konveksi XYZ merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa pembuatan sprei kasur, sarung bantal dan *bed cover* yang dapat dipesan baik secara *custom* maupun sesuai dengan katalog oleh pembeli. Konveksi yang berdiri pada tahun 2016 ini berlokasi di Jl.Awab RT 05, RW 05, Cipadu Jaya, Larangan, Kota Tangerang. Pandemi Covid-19 yang berlangsung sedari 2 tahun lalu mengakibatkan kondisi keuangan usaha menjadi menurun dikarenakan kurangnya pembelian. Akan tetapi, walau tengah memasuki era endemi, usaha yang berjalan belum meningkat secara signifikan. Hal tersebut terjadi karena kurangnya pemasaran dan promosi yang dilakukan serta sulitnya mengetahui informasi produk yang ada. Pemasaran yang dilakukan hanya melalui aplikasi *whatsapp* dan kabar dari mulut ke mulut. Sementara itu, promosi yang dilakukan oleh konveksi XYZ kurang diketahui oleh pembeli ataupun calon pembeli dikarenakan kurangnya pemberitahuan akan promosi yang ada. Informasi yang tersedia mengenai produk sulit untuk diketahui dikarenakan penjual tidak menampilkan katalog produk secara keseluruhan dan hanya akan menampilkannya seiring dengan apa yang ditanyai oleh pelanggan. Selain itu, kurangnya penerapan teknologi informasi yang dapat mempermudah kegiatan usaha seperti proses pencatatan, penyimpanan, dan pembuatan laporan penjualan, pengiriman dan pembayaran dapat membuat terjadinya kesalahan dalam data transaksi.

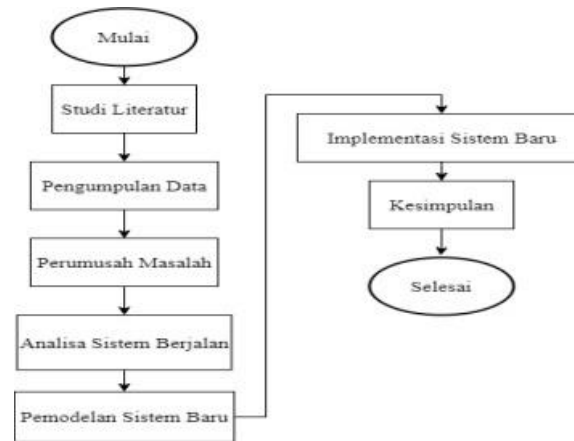
Pada penelitian ini, penulis melakukan studi pustaka berdasarkan 6 jurnal yang membahas mengenai pengimplementasian atau pembuatan dan atau perancangan *website E-Commerce*. Penelitian [2] dan [3] memiliki masalah tidak adanya media promosi dan pemberitahuan promosi tersebut, pada [4], [5] dan [6] memiliki masalah stok lama yang sulit dijual, pada [4], [2], [7] dan [6] menggunakan BMC untuk menganalisa bisnis, pada [5] memiliki masalah sulit dalam mengetahui informasi pembayaran, pada [4], [2] dan [7] menggunakan CMS *Wordpress* dalam pembuatan *website*, pada [5] menggunakan *work centered analysis* dalam menganalisa proses bisnis dan *web engineering* method dalam perancangan *website E-Commerce*, serta pada [2], [4] dan [7] menerapkan SEO. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini memiliki keunggulan berupa menggunakan *fishbone diagram* sebagai alat untuk menganalisa permasalahan, IFML sebagai rancangan interaksi dalam rancangan *front-end*, dan menyajikan fitur penyajian kupon dan diskon, konfirmasi pembayaran yang dilakukan oleh *admin* dengan memastikan 3 digit kode unik pada pembayaran, penerapan SEO dan tidak menerima pembayaran dalam bentuk kredit.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dengan solusi berupa *website E-Commerce* dengan beberapa metodologi penelitian yaitu, *Business Model Canvas* (BMC) untuk menganalisa model bisnis, *diagram fishbone* untuk menganalisa masalah atau sebab akibat dalam menurunnya penjualan pada usaha konveksi XYZ, *Unified Modelling Language* (UML) untuk menganalisa dan mendesain sistem baru, *marketing mix* 4P sebagai teori untuk strategi pemasaran, CMS untuk pembuatan *website* dan SEO digunakan untuk pengoptimalisasian *website* dalam pencarian kata kunci pada *search engine*. Penulis berharap usaha konveksi XYZ menjadi lebih dikenal masyarakat dan menunjang jumlah penjualan serta dapat mencatat data transaksi, menyimpan data transaksi dan membuat laporan-laporan penjualan sehingga pendataan menjadi lebih baik dan tidak terjadinya kesalahan dalam data transaksi yang dapat merugikan usaha.

Content Management System adalah sebuah sistem yang mempermudah penggunaannya untuk membuat, menghapus atau memperbaharui konten (teks, gambar, dsb) dalam sebuah *website* tanpa campur tangan langsung dari pihak *webmaster*[8]. *Wordpress* ialah salah satu *software* CMS yang berbasis *open-source* atau dapat digunakan secara gratis [9]. Salah satu keunggulan dari *wordpress* ialah banyaknya *plugin* yang tersedia, seperti salah satunya ialah *plugin Woocommerce* yang memiliki berbagai macam fitur sehingga pengguna dapat membuat *website E-Commerce* dengan mudah.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dalam 7 tahap yang digambarkan pada gambar 1. tahapan penelitian. Tahap pertama dimulai dengan melakukan studi literatur berdasarkan jurnal-jurnal mengenai topik *E-Commerce*. Tahap kedua, penulis melakukan pengumpulan data dengan mengobservasi, mewawancarai pemilik usaha dan menganalisa dokumentasi usaha. Tahap ketiga adalah merumuskan masalah berdasarkan data yang telah terkumpul. Lalu, penulis menganalisa sistem berjalan untuk kebutuhan sistem usulan menggunakan BMC, *Fishbone Diagram* dan teori *Mix Marketing* 4P yang dilakukan pada tahap keempat. Tahap kelima, penulis melakukan pemodelan sistem baru menggunakan diagram UML dan IFML. Tahap ke-6, penulis mengimplementasikan sistem usulan menggunakan CMS *Wordpress* dan *Woocommerce* serta penerapan teknik SEO dan *mix marketing* 4P. Tahap ke-7, penulis menarik kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

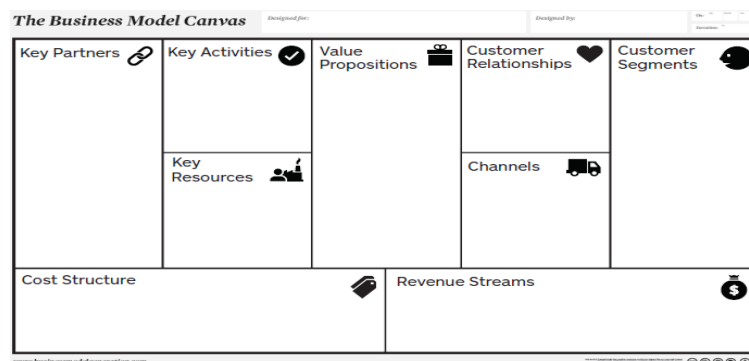
2.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan analisa dokumen.

- Observasi: Observasi merupakan kegiatan mengamati suatu proses atau aktivitas secara langsung. Peneliti melakukan observasi pada kegiatan yang berlangsung pada usaha konveksi XYZ.
- Wawancara: Wawancara merupakan proses tanya jawab yang dilakukan antara satu pihak dengan pihak lainnya sebagai narasumber. Wawancara pada penelitian ini dilakukan oleh peneliti dengan pemilik usaha.
- Analisa Dokumen: Analisa dokumen merupakan teknik pengumpulan data dengan menganalisa dokumen yang ada pada bisnis yang berjalan untuk mendapatkan data yang diinginkan pada penelitian.
- Studi Literatur: Penelitian ini melakukan studi literature berdasarkan beberapa referensi berupa buku dan jurnal sesuai dengan permasalahan yang diamati.

2.2 Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan ialah BMC sebagai penganalisa model bisnis yang ditunjukkan dalam gambar 2 model bisnis kanvas (BMC). BMC memodelkan penciptaan, penghantaran dan peninjauan sebuah nilai dari suatu organisasi [10] yang terdiri dari *cost structure*, *value proposition*, *channel*, *revenue stream*, *key resources*, *customer relationship*, *key activities*, *key partnership*, dan *customer segment*.



Gambar 2. Model Bisnis Kanvas (BMC)

2.3 Metode Perancangan Sistem Usulan

Teknik analisa dan perancangan sistem informasi yang digunakan adalah *Fishbone diagram* untuk menganalisa sebab akibat pada suatu kasus [11] dalam hal ini berarti menganalisa penyebab pada masalah yang ada di usaha konveksi XYZ dan model UML untuk perancangan sistem informasi, dengan langkah-langkah yang ditempuh berupa:

- Menentukan permasalahan: Menentukan permasalahan yang terjadi pada proses bisnis yang berjalan di XYZ.
- Menganalisa sebab akibat dari permasalahan menggunakan *fishbone diagram*: Menggunakan *fishbone diagram* dengan permasalahan sebagai kepala ikan dan akibat serta sebab sebagai duri-duri *diagram* atau cabang dari permasalahan yang terjadi pada usaha XYZ.
- Membuat *Activity diagram* sistem usulan: Pembuatan *Activity Diagram* dari proses-proses yang ada dengan mendeskripsikan kegiatan yang dilakukan oleh suatu aktor dalam sistem usulan.

- Membuat *Use case Diagram* beserta deskripsi *Use case*: Membuat *Use Case Diagram* beserta deskripsinya dengan mendeskripsikan kegiatan apa yang akan dilakukan oleh sistem dengan *user*.
- Membuat *Class Diagram* beserta penjelasan fungsinya sebagai model data: Membuat *class diagram* beserta penjelasan fungsinya sebagai model data dengan menentukan *class* dan menjelaskan hubungan antar *class* tersebut dan bagaimana caranya mereka berhubungan.
- Membuat struktur tampilan (*menu*): Membuat struktur tampilan *menu* dan *sub menu* yang ada pada *website* yang akan dibuat.
- Membuat *Sequence diagram*: Membuat *Sequence Diagram* dengan menentukan aktor, dan sistem (*entity class*, *boundary class*, *control class*, *object* dan pesan) yang menggambarkan interaksi *user* atau aktor dengan sistem secara berurutan.
- Membuat *Component diagram*: Pada tahap ini penulis membuat *Component Diagram* berdasarkan *plugin* yang digunakan pada *website* yang dibuat.

2.4 Metode Implementasi Sistem Usulan

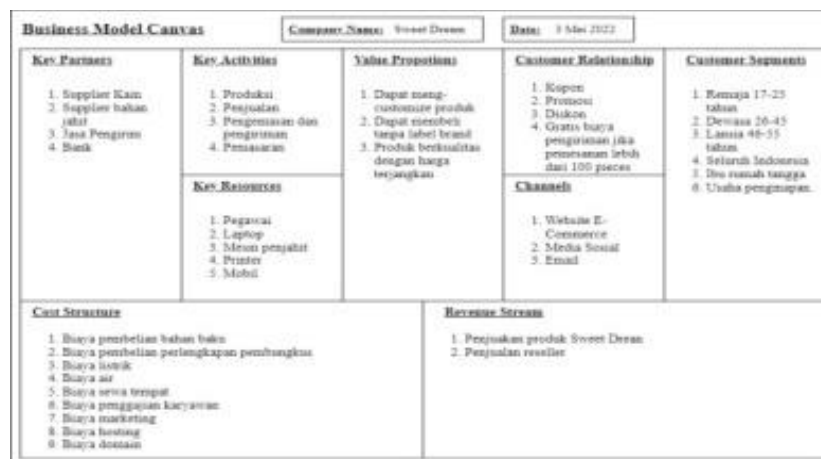
Penulis menerapkan CMS dengan melakukan tahap sebagai berikut:

- Install CMS Wordpress*: Pemasangan CMS pada *hosting* dilakukan dengan mengakses *CPanel hosting* dan klik *Wordpress* pada *Softculuos Apps Installer* dan klik *install*.
- Mengatur *Wordpress*: Setelah penmasangan CMS *Wordpress* selesai, judul situs, Deskripsi situs, dan *domain* diatur, dan membuat akun *admin* serta membuat *database*.
- Install Woocommerce*: Seusai mengatur *Wordpress*, klik tambah baru pada menu *plugin* dan klik *install* pada *plugin Woocommerce*, lalu atur deskripsi toko seperti logo, alamat, dan jenis toko.
- Memilih Tema: Pada *menu* tampilan, pilih *menu* tema dan pilihlah *Elementor*, lalu mengatur tampilan *website*.
- Install Plugin*: Klik menu *plugin* dan pilih tombol tambah baru. Cari *plugin Elementor*, *Ongkos kirim.Id*, *Parcel Panel*, *Yoast SEO*, *Smart Slider*, *YITH*, *Advance Order Export for Woocommerce*, *Elementor* dan *install*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Di dalam bab 3 ini berisi analisis, hasil implementasi ataupun pengujian serta pembahasan berdasarkan metodologi penelitian yang diterapkan.

3.1 Business Model Canvas



Gambar 3. Kanvas Model Bisnis

Berdasarkan gambar 3 menunjukkan *Business Model Canvas* atau BMC yang diterapkan pada XYZ ialah sebagai berikut:

- Value Propositions*: XYZ memiliki *value proportions* berupa dapat meng-customize produk, dapat membeli tanpa label *brand*, dan produk berkualitas dengan harga terjangkau.
- Customer Segments*: *Customer segment* pada XYZ ditentukan berdasarkan demografis dan geografis berupa kelompok usia remaja berkisar antara 17-25 tahun, dewasa berkisar antara 26-45, lansia berkisar antara 46-55 tahun, seluruh Indonesia, Ibu rumah tangga dan usaha pengemasan.
- Customer Relationship*: *Customer Relationship* yang diterapkan berupa pemberian kupon untuk gratis ongkos kirim jika membeli lebih dari 100 pcs dan diskon 10% setiap tanggal 15-25 di setiap bulannya.

- d. *Channels*: *Channels* yang digunakan ialah berupa *website E-Commerce*, media sosial, dan *E-mail*.
- e. *Key Activities*: *Key Activities* yang dilakukan dalam usaha XYZ ialah kegiatan produksi, penjualan pengemasan, pengiriman dan pemasaran.
- f. *Key Resources*: *Key Resources* pada bisnis usaha XYZ ialah, pegawai laptop, mesin penjahit, printer dan mobil.
- g. *Key Partners*: *Key partners* pada XYZ ialah *Supplier* kain, jasa pengiriman dan bank untuk *transfer* pembayaran.
- h. *Cost Structure*: Biaya yang dikeluarkan oleh XYZ untuk menjalankan bisnis usahanya adalah biaya pembelian bahan baku, biaya pembelian perlengkapan pembungkus, biaya listrik, biaya air, biaya sewa tempat, biaya penggajian karyawan, biaya *marketing*, biaya *hosting*, biaya *domain*.
- i. *Revenue Stream*: Pendapatan yang dihasilkan oleh XYZ berasal dari kegiatan penjualan produk yang dilaksanakan oleh pihak pertama dan *reseller*.

3.2 Analisa Masalah

Masalah yang teranalisa pada XYZ berupa kesulitan mengetahui informasi pemesanan disebabkan oleh bukti pembelian hanya berupa *chat whatsapp* dan *notes*, kesulitan mengetahui informasi produk disebabkan oleh tidak ada katalog produk dan harga untuk setiap ukuran tidak lengkap, kurang optimalnya pemasaran disebabkan oleh pemasaran hanya menggunakan *whatsapp* dan mulut ke mulut dan tidak adanya *brand awareness*, promosi kurang optimal disebabkan oleh tidak memaksimalkan penggunaan kupon dan tidak memaksimalkan pemberian diskon atau obral. Permasalahan digambarkan pada gambar 4 *fishbone diagram*.

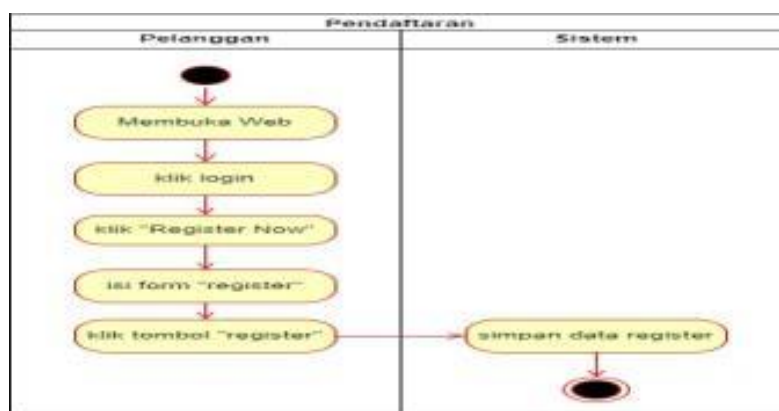


Gambar 4. Fishbone Diagram

3.3 Proses Bisnis Usulan

a. Activity Diagram Usulan Pendaftaran

Setiap pelanggan yang ingin melakukan transaksi pada *website E-Commerce* XYZ diharuskan untuk mempunyai akun. Pelanggan yang belum mempunyai akun diwajibkan untuk mendaftar dengan cara mengklik menu *login* dan mengklik tulisan *Register Now*. Setelah itu, pelanggan mengisi form pendaftaran yang terdiri dari *username*, *email*, dan *password*, lalu klik *Register*. Proses digambarkan pada gambar 5 proses usulan pendaftaran.



Gambar 5. Proses Usulan Pendaftaran

b. Activity Diagram Usulan Pemesanan

Gambar 6 proses usulan pemesanan menerangkan pelanggan yang telah melakukan login dapat memilih produk dan variasi yang diinginkan. Lalu, pelanggan mengisi jumlah produk yang diinginkan. Pelanggan dapat mengulangi

langkah-langkah sebelumnya jika ingin memesan lagi. Setelah itu, pelanggan dapat melihat keranjangnya dengan menekan tombol lihat keranjang, lalu mengisi *billing detail* untuk detail tagihan dan memilih jasa pengiriman dan terakhir klik tombol buat pesanan.



Gambar 6. Proses Usulan Pemesanan

c. Activity Diagram Usulan Konfirmasi Pembayaran

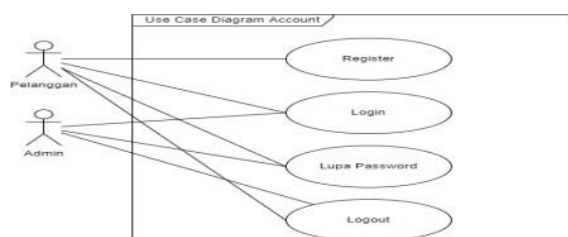
Pelanggan yang telah memesan dapat melakukan pembayaran sesuai dengan tagihan dan *admin* akan melakukan konfirmasi pembayaran dengan melihat kode unik dari tagihan pembayaran dari uang *transfer* yang masuk dan mengubah status pemesanan seperti yang ditunjukkan oleh gambar 7.



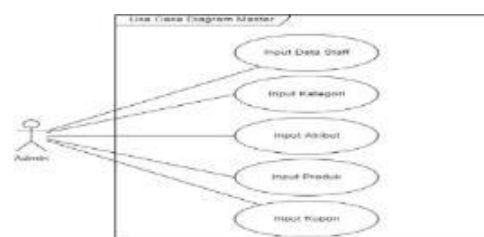
Gambar 7. Proses Usulan Konfirmasi Pembayaran

3.4 Use Case Diagram

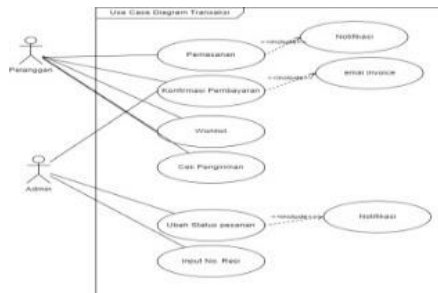
Use case diagram account terdiri dari *register*, *login*, *lupa password* dan *logout*, serta terdapat 2 aktor yaitu *admin* dan pelanggan seperti yang tertera pada gambar 8 *Use Case Diagram Account*. Gambar 9 *Use Case Diagram Master*, terdapat case *Input data Staff*, *input kategori*, *input atribut*, *input produk*, dan *input kupon* yang dilakukan oleh aktor *admin*. Dalam gambar 10 *Use Case Diagram Transaksi*, terdapat *use case input pesanan*, *konfirmasi pembayaran*, *wishlist*, dan *pengiriman* yang dapat dilakukan oleh aktor pelanggan. Sedangkan aktor *admin* dapat melakukan konfirmasi pembayaran, ubah status pesanan dan memasukkan nomor resi. *Use Case Diagram Laporan* digambarkan pada gambar 11 yang mana terdapat *use case cetak laporan penjualan*, *cetak laporan pembayaran*, *cetak laporan pengiriman*, dan *cetak laporan rekapitulasi penjualan*.



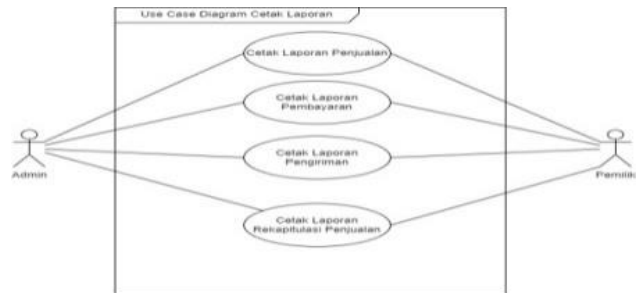
Gambar 8. Use Case Diagram Account



Gambar 9. Use Case Diagram Master



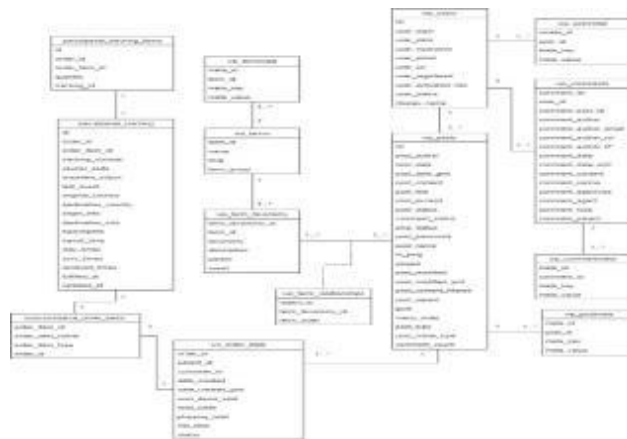
Gambar 10. *Use Case Diagram* Transaksi



Gambar 11. *Use Case Diagram* Laporan

3.5 Class Diagram

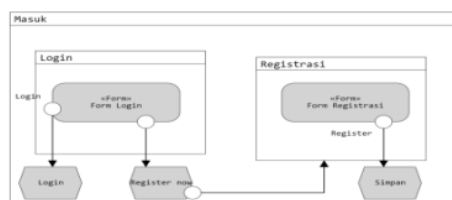
Diagram *Class* atau rancangan *database* yang diterapkan terdiri dari beberapa tabel yaitu *wp_order_stats*, *woocommerce_order_items*, *wp_users*, *wp_usermeta*, *wp_posts*, *wp_postmeta*, *wp_term_taxonomy*, *wp_term_relationships*, *wp_terms*, *wp_termmeta*, *wp_comments*, *wp_commentmeta*, *parcelpanel_tracking*, *parcelpanel_tracking_items*. Rancangan *database* digambarkan sesuai pada gambar 12 *Class Diagram*.



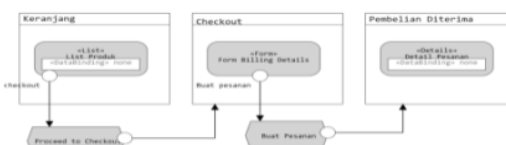
Gambar 12. Class Diagram

3.6 Interaction Flow Modeling Language (IFML)

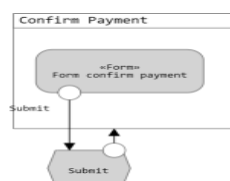
Berikut ialah IFML yang digunakan pada pemodelan interaksi pengguna, dan perilaku kontrol *front-end* aplikasi perangkat lunak. Pemodelan dilakukan dalam fungsi registrasi, keranjang atau pemesanan dan konfirmasi pembayaran. Interaksi antara *front-end* dengan pengguna pada proses registrasi ditunjukkan pada gambar 13, sementara itu untuk proses pembelian dan konfirmasi pembayaran ditunjukkan pada gambar 14. IFML Keranjang dan gambar 15. IFML Konfirmasi Pembayaran.



Gambar 13. IFML Registrasi



Gambar 14. IFML Keranjang



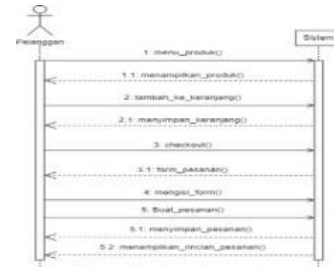
Gambar 15. IFML Konfirmasi Pembayaran

3.7 Sequence Diagram

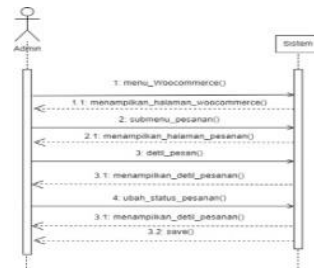
Sequence diagram merupakan *diagram* yang menggambarkan interaksi *user* atau pengguna dengan sistem secara berurutan dan menghasilkan suatu hal [12] yang mana diterapkan dalam perancangan ini seperti pada gambar 16 berupa *Sequence Diagram* Registrasi, gambar 17 berupa *Sequence Diagram* Pemesanan, dan gambar 18 berupa *Sequence Diagram* Konfirmasi Pembayaran.



Gambar 16. *Sequence Diagram* Registrasi



Gambar 17. *Sequence Diagram* Pemesanan



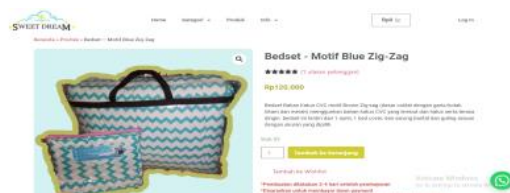
Gambar 18. *Sequence Diagram* Konfirmasi Pembayaran

3.8 Tampilan Layar

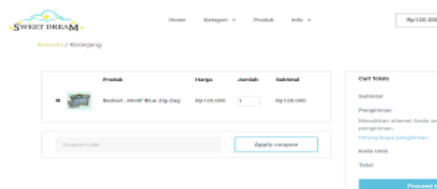
Kegiatan pembelian pada *website XYZ* dilakukan pada *website E-Commerce* yang diusulkan dengan tampilan *home* atau beranda pada gambar 19, tampilan detail produk ditunjukkan pada gambar 20, tampilan keranjang ditunjukkan dalam gambar 21, dan keluaran laporan penjualan yang bisa diakses oleh *admin* ditunjukkan dalam gambar 22.



Gambar 19. Home



Gambar 20. Detil Produk



Gambar 21. Keranjang

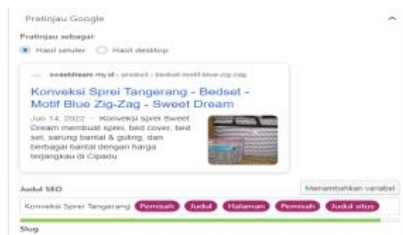
laporan penjualan

Order ID	Order Date	Order Status	Customer Username	Phone (Billing)	Item Name	Quantity	Item Cost	Item Amount
1962	2022-07-08 08:19	Shipping	851	0896521980093	Bedset - Motif Blue Zig-Zag	1	1,250,000	0
1961	2022-07-08 07:52	Shipping Approved	851	0896521980093	Special Pillow, warna warna: Light Brown, 180 x 200	1	1,750,000	0

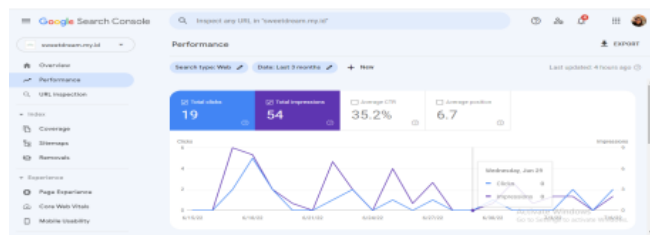
Gambar 22. Laporan Penjualan

3.9 SEO

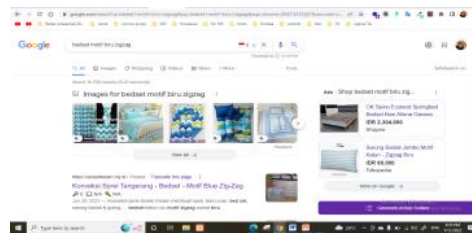
Penerapan SEO dilakukan dengan *plugin* Yoast SEO pada gambar 23 dan dengan memverifikasi *domain* dan mempercepat peng-index-an pada *Google Search Console*. Ditunjukkan dalam gambar 24, tertera hasil performa dari SEO di *google search console*. Hasil dari pencarian menempati urutan pertama pada halaman pertama seperti yang ditampilkan pada gambar 25 berupa hasil SEO.



Gambar 23. Judul SEO



Gambar 24. Performa SEO



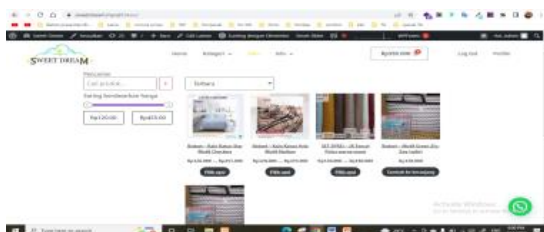
Gambar 25. Hasil SEO

3.10 Strategi Marketing

Strategi pemasaran *Mix Marketing* 4P digunakan oleh penulis, dengan menerapkan poin *Product*, *Price* dan *Promotion*. Strategi *Mix Marketing* digunakan karena dapat secara tidak langsung mempengaruhi keputusan pembelian melalui kepercayaan pelanggan [13]. Tabel 1 menunjukkan strategi *Mix Marketing* 4P yang dilakukan dengan penerapan berupa katalog produk yang ditunjukkan pada gambar 26, gambar 27 yang menunjukkan penerapan fitur kupon dan gambar 28 yang menunjukkan promosi pada media sosial *Instagram*.

Tabel 1. Strategi *Mix Marketing* 4P

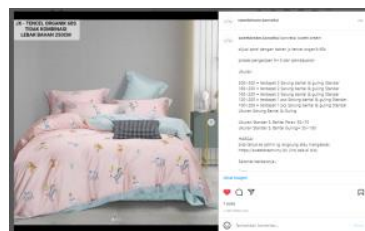
Nama Strategi <i>Mix Marketing</i>	Yang Dilakukan
Produk	Pembuatan katalog produk.
Harga	Pemberian diskon, kupon, dan gratis ongkir jika memenuhi syarat.
Promosi	Mempromosikan dimedia sosial(<i>Instagram</i> , <i>Whatsapp</i>).



Gambar 26. Katalog Produk



Gambar 27. Kupon



Gambar 28. Promosi Instagram

3.11 Pengujian *Black Box*

Pengujian *Black Box* dengan menguji fungsi dasar sistem dari *E-Commerce* yang diusulkan pada konveksi XYZ dilakukan dengan rincian pada tabel 2. Uji *Black Box* berikut.

Tabel 2. Uji *Black Box* fungsi dasar sistem

Kasus Uji	Hasil Diharapkan	Hasil	Kesimpulan
Uji fungsi registrasi	Fungsi registrasi dapat menyimpan data registrasi dan menampilkan laman <i>home</i> .	Fungsi registrasi menyimpan data registrasi dan menampilkan laman <i>home</i>	Valid
Uji fungsi login	Fungsi <i>login</i> dapat memverifikasi data pengguna dan menampilkan laman <i>home</i> .	Fungsi <i>login</i> memverifikasi data pengguna dan menampilkan laman <i>home</i> .	Valid
Uji Pemesanan	Fungsi tombol buat pesanan akan menyimpan data pemesanan dan mengirim <i>invoice</i> pesanan.	Fungsi tombol buat pesanan menyimpan data pemesanan dan mengirim <i>invoice</i> pesanan.	Valid
Uji fungsi logout	Fungsi tombol <i>logout</i> dapat mengakhiri sesi <i>login</i> dan menampilkan laman <i>home</i> .	Fungsi tombol <i>logout</i> mengakhiri sesi <i>login</i> dan menampilkan laman <i>home</i> .	Valid
Uji Fungsi Pencarian Produk	Fungsi pencarian produk dapat menampilkan daftar produk yang dicari.	Fungsi pencarian produk menampilkan daftar produk yang dicari.	Valid

4. KESIMPULAN

Dari analisa terhadap sistem berjalan yang telah dilakukan dan bagaimana cara penyelesaian atau solusi dari permasalahan yang terdapat pada sistem berjalan, penulis dapat menyimpulkan bahwa, dengan di implementasikannya *website E-Commerce* dan juga penerapan *mix marketing* 4P serta SEO dapat menunjang penjualan dan meningkatkan *brand awareness* yang ada terhadap *brand* konveksi XYZ yang dapat membuat *brand* XYZ menjadi dikenal lebih luas oleh masyarakat umum. Adanya katalog *online* berupa halaman produk dan informasi produk yang lengkap, dapat menyajikan informasi produk yang lengkap sehingga pelanggan ketika akan membeli tidak harus bertanya terlebih dahulu. Dengan adanya *website E-Commerce* ini, informasi pemesanan barang dapat didokumentasikan sehingga informasi dapat di akses pelanggan atau admin dan pelanggan atau admin dapat mengetahui dan mencari dengan cepat tentang informasi suatu pesanan serta dapat mengetahui status dari pesanan itu. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya agar dapat dikembangkan lagi sehingga sistem yang dihasilkan dapat menyesuaikan dengan permasalahan lain yang mungkin ada pada kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. L. Kusumatriana, N. A. Rozama, A. Syakilah, V. C. Wulandari, R. Untari, and T. Sutarsih, *Statistik E-Commerce 2020*. Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2020.
- [2] M. Nurdin and A. Diana, "Perancangan E-Commerce Berbasis Web Menggunakan *Business Model Canvas* Dan *Content Management System* Pada the 3 Angle Corp," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 4, no. 2, pp. 147–156, 2021, doi: 10.36080/idealis.v4i2.2844.
- [3] R. Afandi and D. Anubhakti, "Analisa dan Perancangan E-Commerce Pada Rahmatika Digital Printing," *J. Idealis*, vol. 2, no. 3, pp. 62–68, 2019.
- [4] A. Guntoro and G. Triyono, "Penerapan E-Commerce Berbasis *Content Management System* (CMS) Dengan Metode *Business Model Canvas* (BMC) Pada Konveksi Gamis Tawakal," *Idealis*, vol. 5, no. 2, pp. 16–22, 2019.
- [5] A. U. Hamdani and R. L. Mubarak, "Model E-Commerce Dengan Metode *Web Engineering Method* Untuk Menunjang Pemasaran Produk Pada Xyz Pet Shop," *Pros. SENDI_U 2019*, no. 1, pp. 978–979, 2019.
- [6] Z. Nisa et al., "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Helm Dengan *Business Model Canvas* (BMC) Pada Toko Nevan Helmet," *Idealis*, pp. 411–416, 2020.
- [7] D. Saputra et al., "Penerapan Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce Menggunakan *Content Management System* (CMS) Studi Kasus Toko Alfian," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 2, pp. 153–159, 2019.
- [8] F. Ramadhani, *Teknologi Open Source*. Medan: Umsu Press, 2021.
- [9] S. Rahman, *Buku Pintar Web Desain dan SEO WordPress 5 PLUS*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2019.
- [10] B. Muhamed, W. Mokadem, and M. M. Abdeldayem, "Business Model Canvas (BMC) as a tool of Planning and Implementing Entrepreneurial Projects : A Case Study of Google Business Model Canvas," vol. 9, no. 5, pp. 1245–1260, 2021.
- [11] H. L. Hakim and A. Ariesta, "Analisa Dan Rancangan E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Umi Collection," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 2, no. 2, pp. 64–71, 2019.
- [12] R. Pitriyani, G. Triyono, and S. Y. Nugroho, "Pengembangan Model Sistem E-Commerce Berbasis Web Dengan *Content Management System* (CMS)," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 4, no. 1, pp. 37–46, 2021, doi: 10.36080/idealis.v4i1.2818.
- [13] R. N. Fakhrurozi, A. Kusumawati, and K. Raharjo, "The Effect of Marketing Mix for E-Commerce on Customer Online Behaviour: a Study on Language Services Provider," *Eurasia Econ. Bus.*, vol. 13, no. 7, pp. 3–16, 2018, doi: 10.18551/econeurasia.2018-07.01.