

# PENERAPAN *E-COMMERCE* BERBASIS *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS)* DENGAN METODE *BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)* PADA KONVEKSI GAMIS TAWAKAL

Aji Guntoro<sup>1</sup> Gandung Triyono<sup>2)</sup>

Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur  
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260  
E-mail : [1512500370@.student.budiluhur.ac.id](mailto:1512500370@.student.budiluhur.ac.id)<sup>1)</sup>, [gandung.triyono@budiluhur.ac.id](mailto:gandung.triyono@budiluhur.ac.id)<sup>2)</sup>

## Abstrak

*Penggunaan teknologi dan informasi semakin berkembang hal ini menyebabkan terjadinya persaingan pemanfaatan teknologi informasi terutama pada bidang jual beli online salah satunya adalah Konveksi Gamis Tawakal. Konveksi Gamis Tawakal adalah konveksi rumahan dan salah satu pelaku UMKM yang bergerak dibidang fashion muslim yang memproduksi gamis pria. Konveksi Gamis Tawakal berdiri sejak 2016 dan berada pada wilayah Taman Kota, Jakarta Barat. Karena hanya konveksi rumahan pemilik gamis tawakal memasarkan dan menjual produk hanya dengan mendirikan stand pada acara-acara pengajian khususnya pengajian pria. Untuk mengatasi permasalahan dalam penjualan maka dibuatlah website toko online untuk Konveksi Gamis Tawakal menggunakan salah satu CMS (Content Management System) yaitu Wordpress dengan menggunakan metode Business Model Canvas (BMC). Dengan adanya toko online diharapkan dapat mendatangkan para pelanggan baru serta memudahkan para pelanggan untuk mendapatkan produk dari Konveksi Gamis Tawakal. Dan dengan adanya media pemasaran melalui instagram dan facebook diharapkan dapat memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi mengenai produk dari Konveksi Gamis Tawakal.*

**Kata kunci:** *Content Management System, Toko Online, Wordpress, Business Model Canvas*

## 1. PENDAHULUAN

Semakin maraknya penggunaan teknologi informasi semakin banyak bermunculan teknologi – teknologi baru yang berfungsi memudahkan pengguna teknologi informasi. Salah satunya adalah penggunaan teknologi untuk melakukan transaksi jual beli online atau yang sering disebut dengan istilah *e-commerce*.

Menurut Kozinets *e-commerce* diartikan sebagai proses pembelian, penjualan, mengirim atau bertukar produk, jasa atau informasi melalui jaringan komputer melalui internet [1]. Adapun jenis-jenis *e-commerce* seperti berikut, *Business to Business (B2B)* adalah Aktivitas bisnis antara pelaku bisnis dengan pelaku bisnis lainnya. Biasanya berupa kesepakatan spesifik yang mendukung kelancaran bisnis. *Business to Consumer (B2C)* adalah aktivitas yang dilakukan produsen kepada konsumen secara langsung. *Consumer to Consumer (C2C)* adalah aktivitas bisnis yang dilakukan oleh customer kepada customer. *Consumer to Business (C2B)* adalah aktivitas bisnis dimana konsumen menciptakan dan membentuk nilai akan proses bisnis. Dari jenis-jenis *e-commerce* tersebut, jenis *business to customer (B2C)* yang dapat diterapkan untuk melakukan transaksi jual beli. Jenis *e-commerce B2C* diterapkan karna proses bisnis yang terjadi adalah transaksi secara langsung antara produsen dengan konsumen, Sedangkan jenis *e-commerce* lainnya yang dapat diterapkan adalah *customer to customer (C2C)* sebagai contoh (misal : seorang customer yang membeli untuk dijual kembali).

Menurut A Solihat, *Internet* atau *Interconnected Networking*. *Interconnected* yang memiliki arti yaitu

saling terhubung dan *networking* yang berarti jaringan, yang dimaksud disini adalah jaringan pada komputer. Maka dapat *internet* dapat didefinisikan komputer-komputer yang saling terhubung. Menurut Adelheid, *Website* ialah laman yang berisi informasi yang telah disediakan melalui jalur *internet* sehingga dapat diakses dimanapun selama terhubung dengan *internet*. Menurut Wibowo, *Content Management System* ialah sebuah aplikasi yang mudah digunakan dalam mengelola *website*. CMS memungkinkan *user* dapat mengubah serta mengatur *front end* dari *website*. Menurut Helianthusonfri, *Wordpress* yaitu aplikasi blog yang bisa digunakan untuk membangun suatu *website* [2].

Menurut Dewobroto, *Business Model Canvas* ialah sebuah model bisnis yang dikembangkan oleh Osterwalder bersama Pigneur yang berhasil mengubah konsep model bisnis yang rumit menjadi sederhana dan dapat dijadikan alternatif perusahaan yang berujung kepada strategi kelayakan usaha. Menurut Priandita dan Toha, BMC ditampilkan dalam 9 elemen yang terdiri dari *customer segment, value proposition, channel, customer relationship, revenue stream, key resources, key activity, key partnership, dan cost structure* [3].

Pada penulisan kali ini rancangan dirancang menggunakan UML. Menurut Windu dan Grace *Unified Modeling Language (UML)* merupakan bahasa spesifikasi yang digunakan untuk merancang suatu perangkat lunak. UML merupakan salah satu alat pendukung dalam pengembangan sistem berorientasi objek [4]. UML dibagi menjadi beberapa diagram sebagai berikut: Menurut Prabowo Pudjo Widodo *usecase* digunakan untuk menggambarkan

*external view* dari sistem dan mampu menggambarkan urutan *actor* untuk menghasilkan suatu nilai yang terstruktur. Menurut Whitten *class diagram* suatu objek yang memiliki atribut dan karakteristik yang sama dan biasa disebut *class object*. Menurut Haviluddin *activity diagram* ialah diagram yang menggambarkan perilaku sistem, biasanya terdiri dari *activity, object, state*, transisi *state* dan *event*. Menurut Haviluddin *sequence diagram* ialah tahapan perubahan logis yang dilakukan untuk mendapatkan aktivitas sesuai dengan *usecase* [4].

Konveksi Gamis Tawakal adalah konveksi rumahan dan salah satu pelaku UMKM yang bergerak dibidang fashion muslim yang memproduksi gamis pria. Konveksi Gamis Tawakal berdiri sejak 2016 dan berada pada wilayah Taman Kota, Jakarta Barat. Konveksi gamis tawakal tidak memiliki biaya khusus untuk menyewa tempat untuk dijadikan toko, sehingga proses pemasaran dan penjualan yang digunakan oleh konveksi gamis tawakal yaitu dengan cara mendirikan stand pada acara majelis ta'lim atau mendirikan *stand* dipasar kaget di sekitar wilayah Jakarta Barat yang menyebabkan penjualan menjadi terbatas sehingga membuat produk stok lama seringkali terbuang karena tidak bisa terjual.

Untuk menjawab permasalahan diatas maka penelitian ini mencoba merancang media informasi yang menyediakan info *website e-commerce* sebagai media memperluas promosi dan menjual produk-produk yang ada pada konveksi gamis tawakal. Sehingga dengan adanya *website e-commerce* diharapkan mampu memdatangkan para konsumen baru.

**2. PENELITIAN TERKAIT**

Melakukan pengamatan dari beberapa referensi jurnal dengan cara mengamati penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Maka didapatkan referensi jurnal penelitian sebagai berikut:

Dalam penelitian [5] pada pengembangan aplikasi e-commerce berbasis website menggunakan content managemet system (CMS) wordpress. Pada penelitian tersebut telah diketahui beberapa masalah yang terjadi seperti, Kesulitan pada penetrasi pasar modern yang dikarenakan minimnya pengetahuan pemsaran serta belum menerapkan teknologi informasi. Metode yang dilakukan yaitu dengan metode kanban. Hasil dari penelitian yang dilakukan telah menghasilkan aplikasi website e-commerce yang memiliki fitur berupa, registrasi, login, melihat produk, menambahkan produk kedalam keranjang belanja, melakukan checkout, pembayaran, order tracking dan review produk.

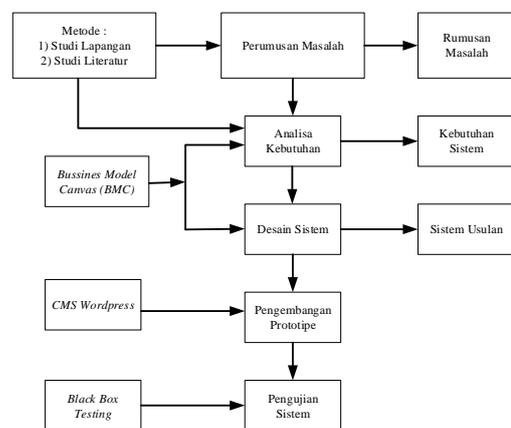
Dalam penelitian [6] yang membahas pembuatan sistem informasi penjualan online (e-commerce) menggunakan CMS Wordpress. Pada penelitian tersebut diketahui masalah yang terjadi adalah sistem penjuln yang masih dilakukan secara manual, transaksi yang masih dilakukan secara manual. Metode yang digunakan ialah *Rapid*

*Application Development (RAD)*. Dari hasil penelitian tersebut menghasilkan sistem informasi penjualan online menggunakan CMS wordpress dengan menerapkan metode RAD dengan memiliki kelebihan yaitu kecepatan dalam pengembangan sistem, membuat tampilan yang menarik dengan memanfaatkan template yang tersedia sehingga tampilan produk lebih menarik serta pada sistem yang dikembangkan ini mampu mengolah data barang yang dijual.

Dalam penelitian [7] yang melakukan perancangan website e-commerce berbasis wordpress. Pada penelitian ini telah diketahui masalah yang terjadi adalah banyaknya pelanggan yang kesulitan untuk mendapatkan informasi mengenai produk yang dijual. Metode yang digunakan pada penelitian ini ialah menggunakan metode waterfall. Dari hasil penelitian tersebut menghasilkan sebuah website jual beli online yang memiliki fitur memberi kemudahan dalam mengolah data penjualan, cek ongkos kirim yang dapat memudahkan user, membantu user dalam melakukan transaksi, memiliki tampilan interface yang menarik, dan memiliki harga yang bersaing.

Berdasarkan penelitian yang terkait atau penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang telah dijelasas diatas, maka penelitian selanjutnya adalah mengembangkan fitur pembayaran otomatis yang langsung diterima oleh sistem, tanpa harus pelanggan mengupload bukti transfer.

**3. METODE PENELITIAN**



Gambar 1. Langkah Penelitian

Pada Gambar 1 merupakan langkah penelitian saat ini, pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara melakukan wawancara dan studi lapangan. Selain itu penelitian yang juga dilakukan yaitu berdasarkan studi literatur mengenai pembangunan e-commerce menggunakan CMS.

**3.1. Wawancara**

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan wawancara dan studi lapangan kepada pihak Konveksi Gamis Tawakal untuk membahas proses bisnis yang berjalan serta masalah – masalah yang sering dihadapi dalam

menghadapi perkembangan teknologi informasi.

### 3.2. Observasi Lapangan

Melakukan pengamatan secara langsung proses bisnis yang terjadi pada Konveksi Gamis Tawakal sehingga memudahkan dalam melakukan proses pengumpulan data.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

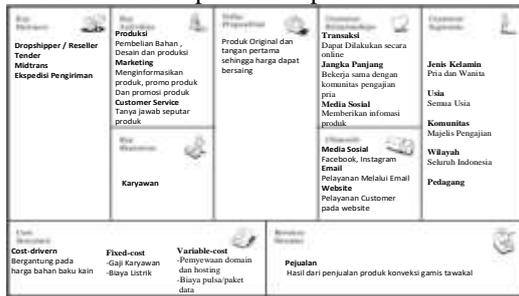
### 4.1. Analisa Kebutuhan

Agar dapat memenuhi kebutuhan sistem *e-commerce*, maka dibutuhkan analisa kebutuhan dari data yang telah diperoleh. Dan berikut ini akan dijelaskan dari hasil analisa kebutuhan, sebagai berikut:

1. Dibutuhkan sebuah aplikasi *website e-commerce* yang dapat melakukan proses transaksi mulai dari penjualan, pembelian, pembayaran yang dicek secara otomatis sampai dengan pengiriman.
2. Dibutuhkan sebuah aplikasi *website e-commerce* yang mampu membuat laporan-laporan penjualan untuk diserahkan kepada pemilik Konveksi Gamis Tawakal.

### 4.2. Model Bisnis Usulan

Berdasarkan analisa kebutuhan yang dilakukan telah didapatkan hasil analisa model bisnis usulan. Model bisnis usulan dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Business Model Canvas

Berikut ini adalah hasil analisa model bisnis yang digambarkan pada Gambar 2, sebagai berikut :

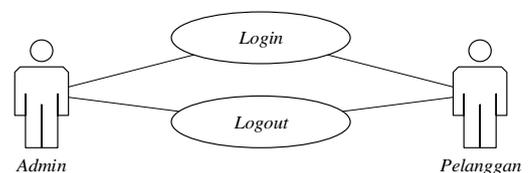
1. **Key Partners**  
Konveksi Gamis Tawakal bekerja dapat bekerja sama dengan, *Dropshipper / Reseller*, *Tender*, *Midtrans* dan *Ekspedisi Pengiriman*.
2. **Key Activities**  
Proses bisnis yang dilakukan Konveksi Gamis Tawakal yaitu *Produksi*, proses pengolahan bahan mentah hingga menjadi satu produk jadi. *Marketing*, strategi atau pemasaran yang digunakan selain menghadiri acara-acara pengajian Konveksi Gamis Tawakal juga mempromosikan produknya melalui facebook dan instagram. *Customer Service*, agar dapat memberikan pelayanan terbaik maka Konveksi Gamis Tawakal menerima kritik, saran maupun pertanyaan pertanyaan melalui *email*.
3. **Value Propositions**  
Nilai yang ditawarkan Konveksi Gamis Tawakal adalah produk *original* yang diproduksi sendiri sehingga harga dapat

bersaing. Sehingga pelanggan dapat menjadi *reseller* yang membeli barang untuk dijual kembali.

4. **Customer Relationship**  
Dalam menjalin hubungan dengan *customer* Konveksi Gamis Tawakal dengan cara, Memudahkan pelanggan mendapatkan produk KGT dengan melakukan Transaksi secara *online*. Bekerja sama dengan komunitas komunitas pengajian khususnya pengajian pria. Menjadikan media sosial sebagai sarana pemberian informasi mengenai produk terbaru ataupun promo terbaru.
5. **Customer Segments**  
Target utama yang dijadikan pelanggan oleh Konveksi Gamis Tawakal ialah para pria muslim tanpa batasan usia diseluruh wilayah Indonesia dan para pedagang yang membeli untuk dijual kembali.
6. **Key Resources**  
Sumber daya yang dibutuhkan Konveksi Gamis Tawakal untuk melakukan produksi hingga penjualan, yaitu karyawan *Designer*, *Marketing*, *Financial*
7. **Channels**  
Memberikan informasi terkini mengenai produk Konveksi Gamis Tawakal melalui *e-mail*, *website* maupun sosial media yang meliputi instagram dan facebook.
8. **Cost Structure**  
Biaya yang harus dikeluarkan untuk keperluan proses bisnis Konveksi Gamis Tawakal yaitu *Cost driven*, bergantung kepada harga bahan baku kain. *Fixed cost*, biaya tetap yang dikeluarkan setiap bulannya yaitu gaji karyawan dan biaya operasional berupa biaya listrik. *Variable cost*, biaya yang dikeluarkan untuk sewa domain dan hosting serta biaya tambahan untuk pulsa atau paket data.
9. **Revenue Streams**  
Penghasilan yang didapatkan hanya berasal dari hasil penjualan produk saja.

### 4.3. Fungsi Pada Model Usulan

1. **Usecase Diagram Login**



Gambar 3. Usecase Diagram Login

Setelah digambarkan pada Gambar 3 telah menjelaskan aktivitas yang dilakukan oleh *admin* dan pelanggan yaitu dapat melakukan *login* dan *logout* pada sistem.



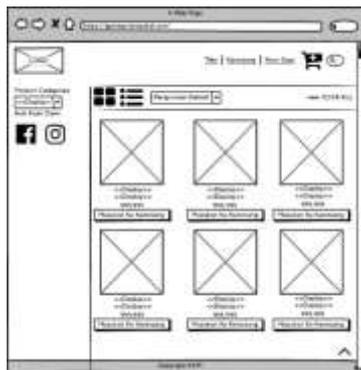
1. Rancangan Layar *Login*



Gambar 10. Rancangan Layar Login

Setelah digambarkan pada Gambar 10 memperlihatkan halaman *login* yang ditampilkan saat *user* akan *login* kedalam halaman akun yang dimana *user* diwajibkan untuk mengisi *form login* yaitu *email* dan *password* agar dapat masuk kedalam halaman akun.

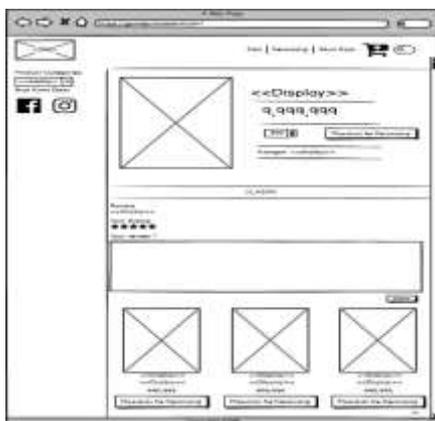
2. Rancangan Layar Halaman Utama



Gambar 11. Rancangan Layar Halaman Utama

Setelah digambarkan pada Gambar 11 memperlihatkan halaman utama website yang telah dirancang dan menampilkan halaman toko dan memperlihatkan produk-produk beserta menampilkan beberapa elemen berupa kategori dan media sosial.

3. Rancangan Layar Halaman *Details Product*



Gambar 12. Rancangan Layar Halaman Detail Product

Setelah digambarkan pada Gambar 12 memperlihatkan halaman detail *product* seperti gambar *product*, harga *product* dan kategori *product*, serta menampilkan *review* dan *rating product* yang diberikan oleh *user* yang telah melakukan transaksi.

4. Rancangan Layar Halaman *Form Checkout*



Gambar 12. Rancangan Layar Halaman Detail Product

Setelah digambarkan pada Gambar 12 menampilkan *form checkout* yang harus diisi dengan data pelanggan yang memesan barang. Data yang diinput adalah data pribadi *user* yang digunakan dalam transaksi untuk memudahkan proses pengiriman agar barang yang dipesan mudah sampai ke *user* yang telah memesan.

5. Rancangan Layar Halaman Pembayaran



Gambar 13. Rancangan Layar Halaman Pembayaran

Setelah digambarkan pada Gambar 13 memperlihatkan tata cara pembayaran metode pembayaran yang telah dipilih oleh *user* agar *user* yang tidak mengerti dengan metode pembayaran bisa dipermudah dengan mengikuti tata cara pembayaran.

4.6. *Search Engine Optimization*

Menurut Riyanto dan Purwadi, *Search Engine Optimization* (SEO) ialah suatu teknik yang diterapkan pada suatu *website* agar dapat dikenal secara mudah oleh *search engine* atau mesin pencari sehingga dapat meningkatkan pengunjung pada *website* [8].

Berikut ini strategi SEO yang dilakukan oleh peneliti :

1. Menentukan kata kunci yang akan dijadikan target. Disarankan kata kunci yang dipilih

lebih dari satu kata. Untuk menentukan kata kunci dilakukan pencarian pada *keywordtool* untuk menemukan kata kunci yang sering digunakan dan tingkat persaingan yang rendah. Sebagai contoh *keyword* yang digunakan gamis pria terbaru, karna mengandung tiga kata atau lebih dari satu kata.

- Gunakan kata kunci atau *keyword* yang telah ditentukan berdasarkan hasil pencarian pada *keywordtool* sebagai nama *domain* atau sering disebut dengan istilah *keyword on domain*. Sebagai contoh [www.gamispriaawakal.com](http://www.gamispriaawakal.com), *keyword* tersebut adalah *keyword* yang dijadikan sebagai kata kunci utama.

#### 4.7. Marketing

Menurut Kotler dan Amstrong *marketing* adalah proses dimana suatu perusahaan untuk menciptakan suatu nilai untuk konsumen serta untuk membangun hubungan konsumen yang kuat untuk mengambil nilai dari konsumen sebagai balasannya [9].

Berikut ini strategi *marketing* yang diterapkan pada media sosial :

- Menggunakan kata kunci atau *keyword* sebagai nama pengguna.
- Membuat suatu postingan pada media sosial dengan mempertimbangkan jam-jam tertentu (misalnya : pagi hari sebelum orang-orang melakukan aktivitas, siang hari saat orang-orang istirahat disela kesibukannya dan pada malam hari saat orang-orang selesai melakukan aktivitas harian)

#### 3.8. Pengujian Black Box Testing

Menurut Nidhra dan Dondeti pengujian *black box* ialah pengujian yang didasarkan pada spesifikasi kebutuhan atau pengujian murni dengan menginput *data* sebenarnya [10].

Berikut ini adalah hasil dari pengujian yang telah dilakukan menggunakan metode *black box testing*:

Tabel 1. Pengujian *black box*

Masukan	Keluaran	Hasil	Pengujian
Input Username, Email dan Password diisi dengan benar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Username, email dan password telah diisi.</li> <li>Pendaftaran berhasil</li> <li>Verifikasi Akun</li> </ul>	✓	Form pendaftaran
Input Username, Email dan Password tidak diisi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tidak dapat register dan memberikan pesan "Error : Please provide a valid Email Address "</li> </ul>	✓	Form pendaftaran

Username, Email dan Password diisi dengan benar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Username, email dan password telah diisi.</li> <li>Login Berhasil</li> <li>Tampil Halaman Utama Website</li> </ul>	✓	Form Login
Username, Email dan Password tidak diisi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tidak dapat login dan memberikan pesan "Error : Username is Required"</li> </ul>	✓	Form Login
Input Data Pesanan diisi dengan benar	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tampil form berhasil</li> </ul>	✓	Menu Checkout.
Input Data Pesanan tidak diisi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tampil form tidak berhasil dan memberikan pesan "Billing Details is a required field."</li> </ul>	✓	Menu Checkout
Input Produk diisi dengan benar	<ul style="list-style-type: none"> <li>Produk Published</li> <li>Produk tampil di menu toko pada website</li> </ul>	✓	Entri Produk
Input Produk tidak diisi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Produk tidak tampil dan memberikan pesan "Oops!, That Page Can't Be found"</li> </ul>	✓	Entri Produk

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian yang telah dituliskan, maka dapat didapatkan kesimpulan dalam mencapai tujuan yang diharapkan. Adapun kesimpulan yang dapat diambil adalah menghasilkan sebuah sistem penjualan *online* yang menjual berbagai gamis pria, yang disajikan dengan tampilan *website* penjualan *online* yang menarik untuk mempermudah *customer* dalam melakukan pembelian serta pembayaran *online* dengan menggunakan *CMS WordPress* serta menambahkan jangkauan pelanggan dari berbagai daerah. Pada sisi *admin* yaitu mempermudah *admin* dalam mengelola data penjualan yang akan di-inputkan dalam sistem dan membantu *admin* dalam membuat laporan yang terkait dengan penjualan. Serta *admin* dapat melakukan promosi pada media sosial.

### DAFTAR PUSTAKA

- M. Pradana, "Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis *E-Commerce*," *J. Neo-bis*, vol. 9, no. 2, pp. 32-40, 2015.
- J. J. C. Y. Prawira and T. I. Wardani, "Aplikasi *CMS Wordpress* Untuk Pembuatan *Website* Sebagai Media Promosi Di Wisata Keramik Dinoyo Kota Malang," pp. 578-583, 2018.
- E. Solihah, A. V. S. Hubeis, and A. Maulana, "Analisis Model Bisnis Pada *KNM Fish Farm* Dengan Pendekatan

- Business Model Canvas (BMC)*,” *J. Sosek KP*, vol. 9, no. 1, pp. 185–194, 2014.
- [4] Suendri, “Implementasi Diagram UML (*Unified Modelling Language*) Pada Perancangan Sistem (Studi Kasus : UIN Sumatera Utara Medan).” *J. Ilmu Komput. dan Inform.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–9, 2018.
- [5] A. Salim, ... S. G., and U. 2018, “Pengembangan Aplikasi *E-commerce* Berbasis *Website* Menggunakan *Content Management System (CMS) Wordpress* Pada *Startup Hardcraft*. id,” vol. 5, no. 2, pp. 3269–3277, 2018.
- [6] D. Manulang, L. A. Abdillah, and Kurniawan, “Sistem Informasi Penjualan *Online (E-Commerce)* Menggunakan *CMS Wordpress* Pada Toko Soraya Shop Dengan Menerapkan Metode RAD,” pp. 7–12, 2017.
- [7] I. W. Nugraha, “Perancangan *Website E-Commerce* Berbasis *Wordpress* Pada Butik Larasati Sragen,” no. 1, pp. 430–439, 2018.
- [8] M. Hayaty and D. Meylasari, “Implementasi *Website* Berbasis *Search Engine Optimization (SEO)* Sebagai Media Promosi,” *J. Inform.*, vol. 5, no. 2, pp. 295–300, 2018.
- [9] M. Abdul Kader and W. Setianingsih, “Penerapan *Digital Marketing* Melalui *Fans Page* Untuk Mentarget Pasar Sasaran Pada Usaha Mikro Di Desa Cicapar,” vol. 5, no. April, pp. 265–272, 2018.
- [10] I. Rivai, “Aplikasi Toko Online (*E-Commerce*) Berbasis PHP,” 2016.