

PENERAPAN *E-COMMERCE* UNTUK PELAYANAN KATERING MENGGUNAKAN BERBASIS *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM*(CMS) PADA PT SELERA AMANAH INDONESIA

Jotri Firdani Maharaja¹⁾, Gandung Triyono²⁾

Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260
E-mail : jotrycoc@gmail.com¹⁾, gandung.triyono@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

Di zaman yang sudah serba digital ini semua aktifitas kegiatan jual-beli baik produk fisik, produk digital, maupun jasa sudah dilakukan secara cepat, murah, dan mudah dengan adanya sistem E-commerce. PT Selera Amanah Indonesia merupakan badan usaha yang bergerak dalam bidang jasa catering di tangerang. Kendala yang dihadapi yaitu kepercayaan. Kepercayaan bukan sesuatu yang gratis dan didapat dengan mudah dan Strategi promosi yang dilakukan masih cara konvensional yaitu mulut ke mulut sehingga jangkauan pasar hanya di dekat perusahaan. Berdasarkan Permasalahan yang ada pada PT Selera Amanah Indonesia peneliti melakukan perancangan dalam pembuatan website E-Commerce untuk memudahkan proses penjualan secara online. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan studi lapangan seperti wawancara dan analisa dokumen. Rancangan E-Commerce dengan metode Business Model Canvas (BMC) digunakan dapat meningkatkan penjualan pada PT Selera Amanah Indonesia di tangerang. Penelitian ini menghasilkan aplikasi E-Commerce yang dapat menunjang penjualan dan pengolahan data penjualan serta transaksi yang ada pada perusahaan.

Kata kunci: Katering, *E-commerce*, *Content Management System*, Penjualan

1. PENDAHULUAN

Hambatan *e-commerce* yaitu kepercayaan. Kepercayaan bukan sesuatu yang mudah didapat. Suatu usaha harus menerapkan informasi yang lengkap dan akurat tentang usaha tersebut. Serta harus cepat respon untuk menunjukkan keseriusan dengan menjawab dengan cepat apabila kontak atau pertanyaan dari pembeli.

PT Selera Amanah Indonesia sebuah perusahaan yang bergerak dalam usaha catering. Perusahaan ini berlokasi di kota Tangerang, berdiri sejak 2017 sampai saat ini. Sistem pemesanan catering yang diterapkan hanya melalui tender/lelang dan konvensional (media telepon). Promosi perusahaan masih menggunakan interaksi secara langsung yaitu mulut ke mulut, sehingga penyebaran informasi produk hanya bisa dilakukan di lokasi dekat perusahaan. Strategi promosi seperti ini mempunyai kelemahan yaitu sulit memperkenalkan produk ke luar daerah khususnya jabodetabek.

Berdasarkan masalah yang terjadi dan manfaat yang didapat dari penelitian sebelumnya, maka diperlukan pembuatan website berbasis *e-commerce* pada PT Selera Amanah Indonesia dengan harapan website tersebut dapat meningkatkan jangkauan pemasaran, kemudahan akses informasi yang diberikan kepada calon pelanggan, penjualan jasa yang akan semakin meningkat sehingga perusahaan dapat bersaing dan berkembang.

E-Commerce yaitu dapat menghemat biaya pengeluaran barang dan jasa, serta dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan sepanjang yang melibatkan kecepatan untuk menemukan produk yang diperlukan dengan kualitas yang terbaik sesuai dengan keunggulan yang terbaik sesuai dengan

harganya. Membeli atau menjalankan transaksi penjualan menggunakan internet sangat berbeda dengan membeli atau melakukan transaksi penjualan di dunia nyata. Menggunakan *E-Commerce* dimana pihak pembeli cukup mengakses internet ke Portal website perusahaan yang mempromosikan produknya di internet, yang kemudian pihak pembeli cukup mempelajari ketentuan-ketentuan yang diisyaratkan pihak penjual [1].

Search Engine Optimization merupakan sebuah proses yang memanfaatkan teori-teori dasar penelusuran pada sebuah mesin pencari perlu mendapatkan dan juga menaikkan nilai indeks tahapan yang makin naik untuk sebuah halaman website atau juga akan dipakai untuk meningkatkan jumlah akses kunjungan. Membuat atau membangun sebuah website *e-commerce* dalam beberapa tahun terakhir ini bukanlah sesuatu hal yang sulit bahkan bagi orang awam sekalipun. Banyaknya tutorial yang tersebar di internet, bahkan tersedianya berbagai engine CMS (*Content Management System*) *e-commerce* siap pakai seperti prestahop, *oscommerce*, *zencart* sangat memudahkan sekali khususnya bagi para pemain baru yang ingin mengembangkan bisnis toko online. Ditambah dengan menjamurnya penawaran jasa pembuatan toko online dengan harga yang sangat variatif dan relatif murah, juga membuat pemilik modal tidak perlu repot dalam membangun sebuah toko online yang sederhana dan dapat langsung digunakan untuk memulai usaha bisnis toko online [2].

CMS adalah sesuatu sistem yang diperuntukkan untuk mengelola dan memfasilitasi proses pembuatan, pembaharuan, dan publikasi content secara bersama (*collaborative content management*).

Konten merujuk pada informasi yang disebarkan dalam bentuk teks, grafik, gambar maupun dalam format format lain yang ingin dijalankan dengan tujuan meringankan proses pengerjaan, pembaharuan, distribusi, penelusuran, analisis, dan meninggikan fleksibilitas akan dilakukan transformasi ke dalam bentuk lain. Terminologi CMS ini lumayan luas, yaitu mencakup software application, database, arsip, workflow, dan alat bantu lainnya yang dapat dijalankan menjadi elemen dari mekanisme jaringan informasi suatu perusahaan maupun global [3].

Unified Modeling Language(UML) merupakan bahasa khusus yang sering dipakai untuk menyimpan menspesifikasikan dan merancang sebuah perangkat lunak. UML menggambarkan pembuatan perangkat dengan mengembangkan sistem berorientasi objek dan serta merupakan alat untuk mendukung pengembangan sistem [4].

Business Model Canvas yaitu merupakan Model bisnis yang terdiri dari 9 aktivitas bisnis yang di terapkan ke dalam 1 lembar kanvas. 9 aktivitas itu terdiri dari *Key Partner, Key Activites, Key Resources, Volue Propositions, Customer Relationship, Channel, Customer Segments, Cost Structure dan Revenue Streams*. Ke-9 aktivitas ini adalah penggambaran dari 4 desain pilar utama yang harus ada pada sebuah bisnis [5].

2 PENELITIAN SEBELUMNYA

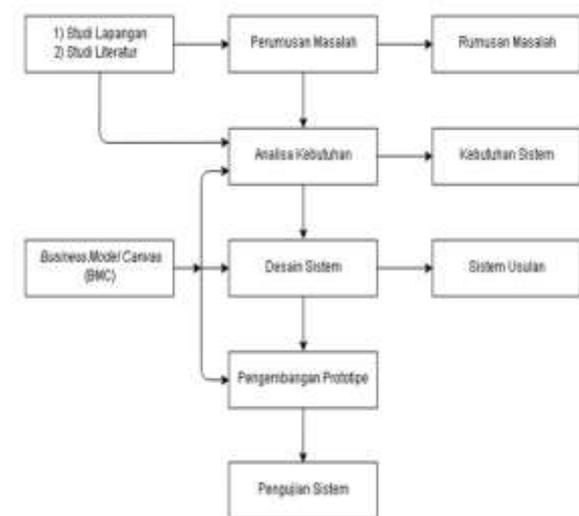
Penelitian yang dilakukan oleh [6] di PT Internasional Golden Shipping yang bergerak dibidang jasa angkut penumpang. definisi masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana penerapan model bisnis kanvas pada PT Internasional Golden Shipping. Jenis penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif yang mengarah pada pendeskripsian secara kualitatif mengenai Business Model Canvas pada PT Internasional Golden Shipping dan selanjutnya dievaluasi dengan analisis SWOT pada tiap elemennya. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi.

Penelitian yang dilakukan oleh [7] di Soraya Shop yaitu toko yang menjual pakaian wanita dengan desain yang modern, dimana proses penjualannya yaitu pelanggan datang langsung ke toko dan memilih pakaian yang ingin dibeli sesuai dengan selera pelanggan. Dengan kemajuan teknologi sampai saat ini Soraya Shop belum mempunyai sebuah sistem penjualan online (*e-commerce*). Namun masalah penjualan terkadang masih menjadi salah satu kendala untuk mencapai tujuan perusahaan, karena sistem penjualan yang masih menggunakan cara konvensional, transaksi yang masih menerapkan cara konvensional. Oleh karena itu, dalam kondisi persaingan penjualan yang cukup ketat, Toko Soraya Shop berkeinginan untuk membangun atau mengaplikasikan *E-Commerce* dengan menggunakan CMS Wordpress dan RAD.

Penelitian yang dilakukan oleh [8] di Tata Distro. Sistem penjualan yang telah berjalan di Tata Distro mempunyai kekurangan, rata-rata terjadi kekeliruan dalam pendataan dan pencarian informasi yang rumit karena setiap melakukan pencarian data pemilik harus membuka dan mencari pada buku besar. Tidak ada informasi tertentu yang memberitahukan tentang jumlah stok barang sehingga tidak jarang ketika stok sudah habis pemilik toko mendapati saat terjadi proses transaksi sehingga mengecewakan pelanggan. Dengan penelitian ini diharapkan dapat terwujudnya sebuah media pemasaran berbasis online sehingga dengan adanya sistem ini pada Tata Distro mampu meningkatkan pelayanan penjualan terpenting pada penawaran produk sehingga dapat meningkatkan omset penjualan.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Alur yang dilakukan oleh peneliti, langkah pertama melakukan analisa kebutuhan sistem berdasarkan hasil wawancara, observasi dan studi dokumen yang terkait dengan proses bisnis berjalan. Kemudian berdasarkan hasil analisa proses bisnis berjalan, peneliti akan menentukan rumusan masalah yang terjadi pada PT Selera Amanah Indonesia.

3.2 Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti pada penelitian ini yaitu dengan cara wawancara, analisa dokumen dan studi literatur. Berikut Penjelasan dari setiap metode yang dilakukan:

1. Metode Wawancara

Peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik catering yang merupakan aktor utama dalam proses penjualan. Pemilihan pemilik utama sebagai narasumber dalam wawancara karena beliau

mengetahui secara detail mengenai alur aktifitas dan dokumen pada proses bisnis berjalan. Wawancara dilakukan cara dengan cara memberikan pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya oleh peneliti untuk ditanyakan kepada pemilik catering sehingga informasi yang didapat jelas, karna informasi sangat penting bagi peneliti.

2. Analisa Dokumen

Menganalisa dokumen dengan cara menganalisis isi data yang ada pada dokumen yang peneliti dapatkan dari tempat riset. Dokumen yang didapatkan hanya dokumen yang berkaitan dengan topik yang akan dibahas untuk mendapatkan informasi yang lebih detail mengenai data yang berperan dalam proses bisnis tersebut.

3. Studi Literatur

Studi Literatur dilakukan untuk mengetahui penelitian terdahulu mengenai topik yang sama dengan topik yang akan ditulis dengan cara membaca karya ilmiah tugas akhir, buku dan jurnal yang memiliki ISSN dengan menggunakan Mendeley untuk menguji kualitas jurnal dan menggunakan google scholar untuk melakukan pencarian jurnal. Setelah melakukan pemahaman isi dari referensi yang didapat, maka peneliti dapat mengetahui penelitian yang lakukan sebelumnya, sehingga peneliti dapat menjadikannya perbandingan dengan sistem usulan yang akan dibuat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Model bisnis usulan



Gambar 2. Business Canvas Model (BMC)

Gambar 2 Menjelaskan model bisnis usulan dengan menggunakan *Business Model Canvas* yang berisi 9 aktivitas sebagai berikut :

1. *Key Partners*

Tidak ada bisnis besar yang berjalan sendiri, dalam menjalankan sebuah aktivitas bisnis, Disinilah kita melibatkan mitra strategis yang kita miliki. Mitra bisnis pada PT Selera Amanah Indonesia : Pasar, Supplier , tender dan midtrans.

2. *Key Activities*

Merupakan kegiatan-kegiatan penting yang dilakukan PT Selera Amanah Indonesia untuk mendukung tercapainya suatu keberhasilan usaha,

yakni dengan melakukan promosi dan belanja bahan baku untuk produksi.

3. *Value Propositions*

Blok ini berisi tentang nilai tambah yang akan membuat bisnis Anda terlihat menarik dan berbeda dengan bisnis lainnya. Inovasi yang ditawarkan pada PT Selera Amanah Indonesia yaitu menerima pesanan luar daerah (khusus jabodetabek), packaging rapih, citra rasa, Pemesanan dan Pembayaran melalui online.

4. *Customer Relationship*

Memberi harga diskon di website PT Selera Amanah Indonesia agar pelanggan tertarik untuk membeli terus menerus.

5. *Customer Segment*

Pelanggan potensial pada PT Selera Amanah Indonesia yaitu acara, tender dan masyarakat umum.

6. *Key Resources*

Sumber yang paling penting, key resources merupakan kolom yang akan menjelaskan modal penting perusahaan. Pada PT Selera Amanah Indonesia key resource terdiri atas Peralatan Masak, Sumber Daya Manusia (SDM), Resep Makanan, Modal/Finansial.

7. *Channels*

Media yang bisnis kita gunakan untuk mendeliver solusi yang kita tawarkan untuk sampai ke pelanggan. Channels yang digunakan pada PT Selera Amanah Indonesia antara lain : media sosial dan website .

8. *Cost Structure*

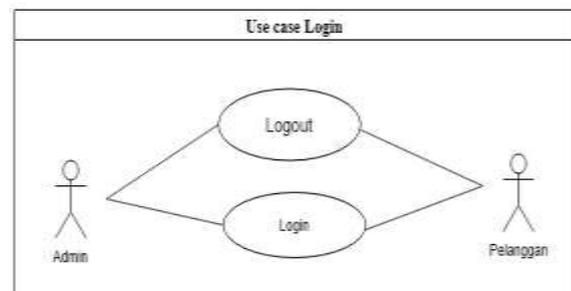
Blok ini memastikan pengeluaran biaya apa saja yang diperlukan sepanjang melakukan keseluruhan aktivitas bisnis. Pengeluaran Biaya yang dibutuhkan pada PT Selera Amanah Indonesia antara lain : Biaya Marketing, Biaya Packing, Belanja Bahan Baku, Biaya Hosting & Domain dan Gaji Karyawan.

9. *Revenue Streams*

Blok ini berisi tentang produk/jasa apa saja yang dapat memberikan pemasukan, yaitu dari : penjualan catering non tender dan menang dari tender pemerintah.

4.2 Fungsi Model Usulan

1. *Use case diagram login*

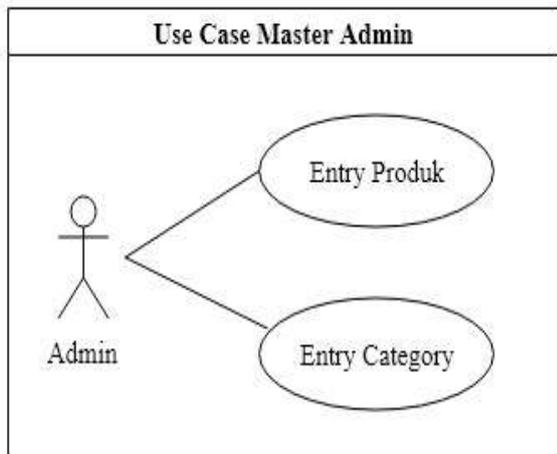


Gambar 3. Use Case Diagram Login

Gambar 3 menjelaskan proses untuk login dan logout. Actor dan objek yang terlibat dalam komunikasi yaitu admin dan Pelanggan. Dalam

tahapan ini admin bisa melakukan *login dan logout*. Pelanggan juga bisa melakukan *login dan logout*.

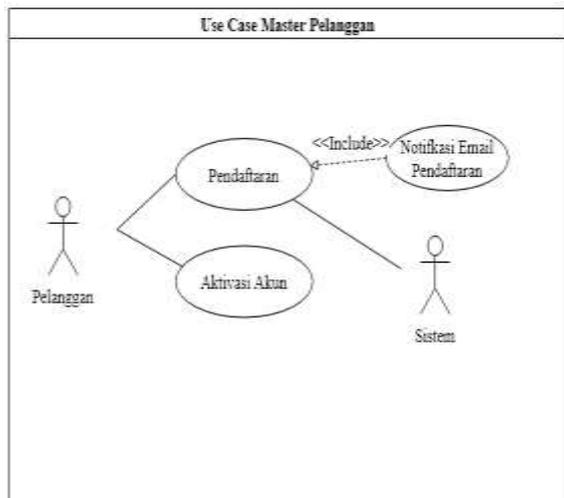
2. Use case diagram admin



Gambar 4. Use Case Diagram Admin

Gambar 4 menjelaskan proses untuk entri produk dan entri kategori. Actor yang terlibat yaitu Admin. Dalam Tahapan ini Admin bisa melakukan entri produk dan kategori.

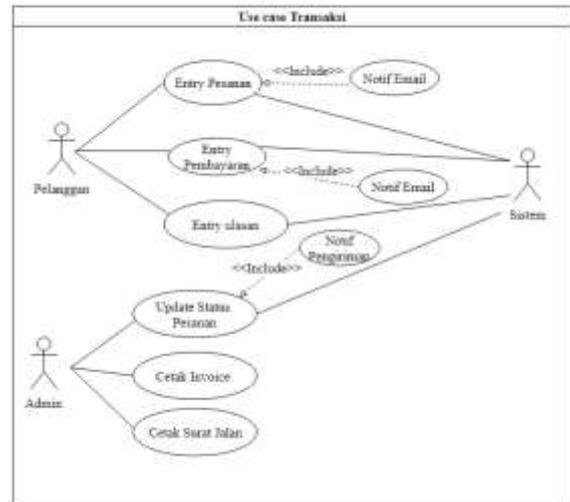
3. Use case diagram pelanggan



Gambar 5. Use Case Master Pelanggan

Gambar 5 Menjelaskan proses untuk pendaftaran dan aktivasi akun. Actor yang terlibat Pelanggan dan sistem. Dalam tahapan ini pelanggan melakukan pendaftaran lalu mengaktivasi akun untuk di aktifkan dan sistem mengirim notifikasi email untuk pendaftaran.

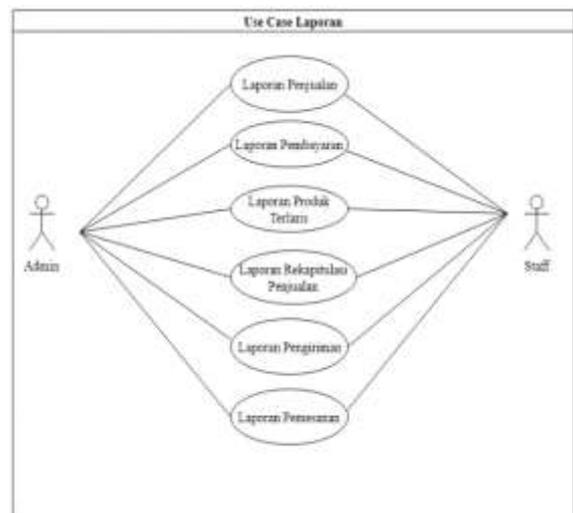
4. Use case diagram transaksi



Gambar 6. Use Case Diagram Transaksi

Gambar 6 menjelaskan proses untuk melakukan pesanan, pembayaran, ulasan dan update status pesanan, cetak invoice dan cetak surat jalan. Dalam Actor yang terlibat Pelanggan, Admin dan sistem. Dalam tahapan ini pelanggan melakukan entri pesanan, pembayaran dan ulasan lalu sistem mengirim notifikasi pesanan dan pembayaran ke pelanggan. Lalu Admin mengupdate pesanan, cetak invoice dan cetak surat jalan.

5. Use case diagram laporan

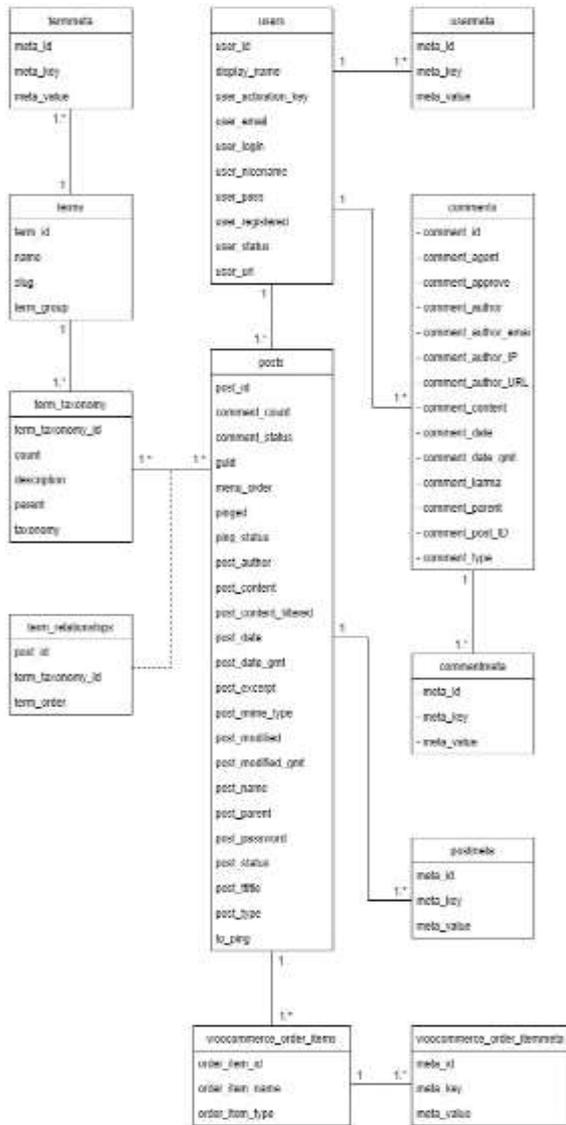


Gambar 7. Use Case Diagram Laporan

Gambar 7 menjelaskan proses untuk melakukan cetak laporan penjualan, pembayaran, produk terlaris, rekapitulasi penjualan, pengiriman dan pemesanan. Dalam Actor yang terlibat Admin dan staff. Dalam tahapan ini admin mencetak laporan lalu diberikan kepada staff.

4.3 Model Basis Data Usulan

Berikut model basis data class diagram yang digunakan untuk website PT Selera Amanah Indonesia :



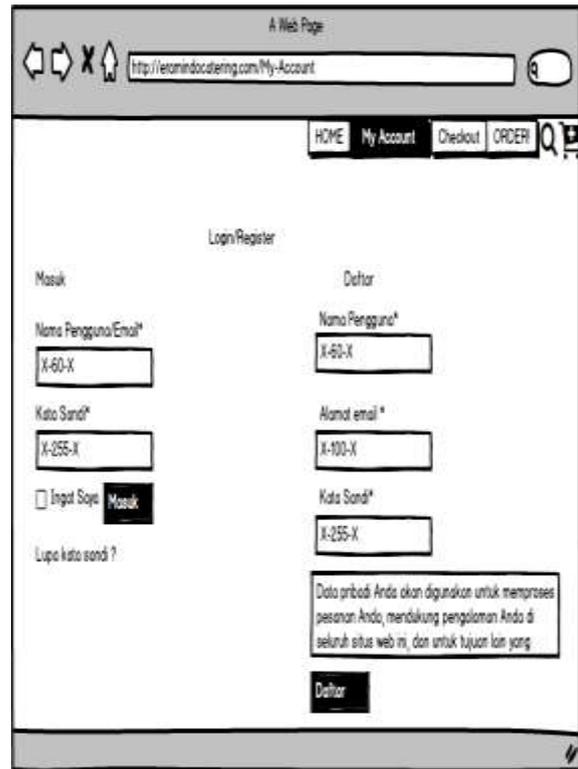
Gambar 8. Class diagram

Gambar 8 menjelaskan isi database pada website PT Selera Amanah Indonesia . terdapat 12 Tabel yaitu *termmeta* , *terms*, *term_taxonomy*, *term_relationships*, *users*, *posts*, *postmeta*, *usermeta*, *comments*, *commentmeta*, *woocommerce_order_items*, *woocommerce_orderitemmeta*.

4.4 Rancangan Layar

1. Rancangan Layar Registrasi

Berdasarkan gambar 5 *use case diagram* pelanggan yang melakukan aktivitas untuk membuat akun maka dibuatkanlah rancangan layar sebagai berikut :

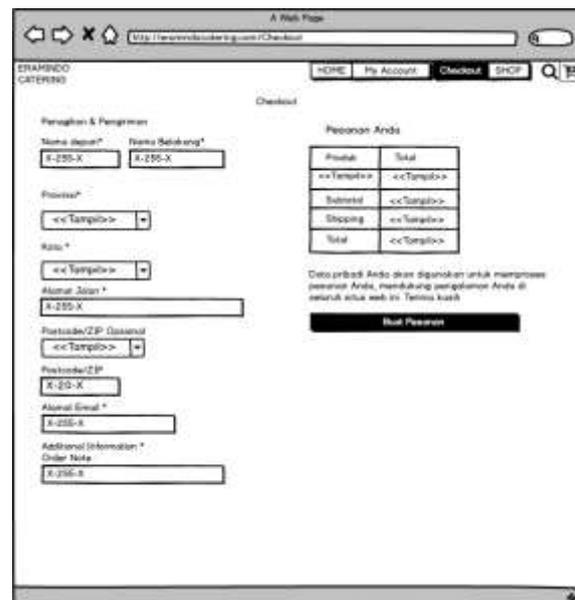


Gambar 9. Rancangan Layar Registrasi

Gambar 9 menjelaskan rancangan halaman *myaccount* yang berisi tampilan masuk untuk login jika pelanggan sudah pernah melakukan pendaftaran pada website dan tampilan daftar jika calon pelanggan ingin melakukan pembelian produk harus melakukan pendaftaran terlebih dahulu.

2. Rancangan layar Checkout

Berdasarkan gambar 6 *use case diagram* transaksi yang melakukan aktivitas untuk entri pesanan maka dibuatkanlah rancangan layar sebagai berikut :

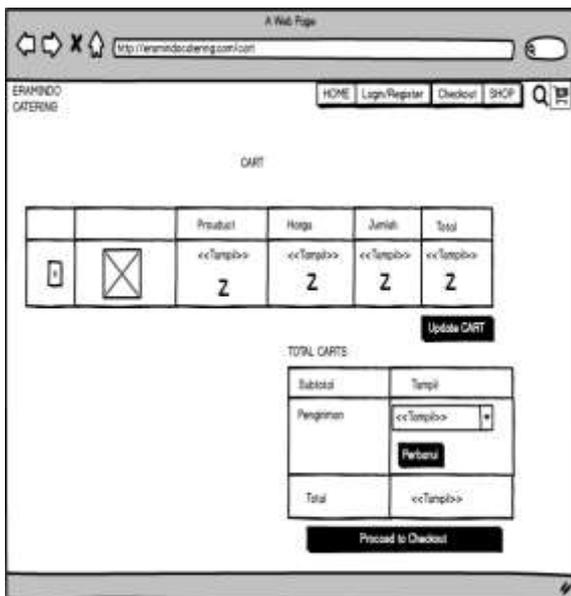


Gambar 10. Rancangan layar checkout

Gambar 10 menjelaskan rancangan halaman *checkout* yang berisi tentang form penagihan dan pengiriman yang harus di isi oleh pelanggan dengan benar lengkap agar bisa melakukan *checkout* dan pembayaran.

3. Rancangan layar *cart*

Berdasarkan gambar 6 *use case diagram* transaksi yang melakukan aktivitas melihat jumlah pesanan yang di pesan maka dibuatkanlah rancangan layar sebagai berikut :



Gambar 11. Tampilan *cart*

Gambar 11 menjelaskan rancangan halaman *cart* yang berisi data product pesanan yang sudah di order oleh pelanggan yang menampilkan gambar product, harga, jumlah, total, subtotal dengan pengiriman.

4. Rancangan layar pembayaran

Berdasarkan gambar 6 *use case diagram* transaksi yang melakukan aktivitas entri pembayaran maka dibuatkanlah rancangan layar sebagai berikut :



Gambar 12. Rancangan layar pembayaran

Gambar 12 menggambarkan rancangan halaman pembayaran tentang kondisi pelanggan sudah melakukan login, pemesanan dan *checkout*. Akan muncul pop up pembayaran yang berisi tampilan menu metode bank mana yang diinginkan pelanggan.

4.5 Strategi *Search engine optimization (SEO)*

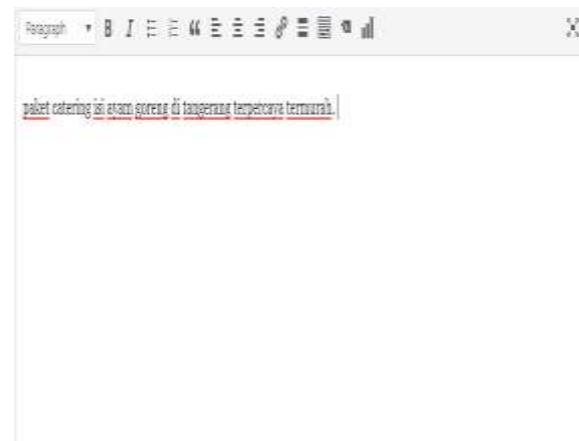
1. Nama produk dan kata kunci



Gambar 13. Nama produk dan kata kunci

Gambar 13 Menentukan nama atau judul barang yang sesuai dengan *keyword* yang akan dipakai. Nama atau judul produk yang dikhususkan dengan produk dijual menggambarkan kata kunci yang teramat sering ditelusuri oleh mesin pencari seperti google, *keyword* yang sering digunakan seperti jual, beli, murah, original dan berkualitas.

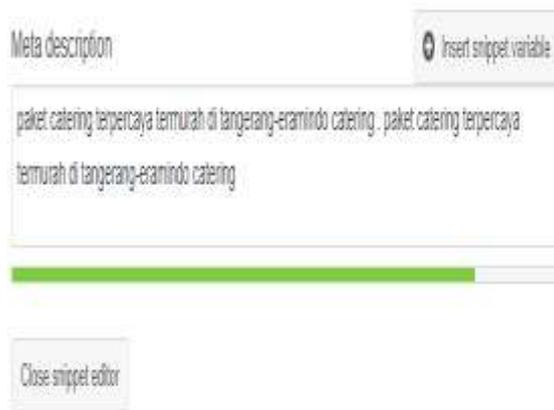
2. Deskripsi Barang



Gambar 14. Deskripsi Barang

Gambar 14 Menjelaskan memasukkan sebuah deskripsi barang biasanya memakai bahasa yang mudah dimengerti bagi mesin pencari, sebab mesin pencari akan membaca kata kunci yang terdapat juga pada deskripsi barang. Hal yang perlu diperhatikan dalam membuat deskripsi barang yaitu tidak membuat deskripsi yang sama seperti deskripsi barang lainnya, hal ini dapat menyebabkan mesin pencari membaca deskripsi barang tersebut sebagai plagiat.

3. Meta description



Gambar 15. Meta description

Gambar 15 yang digunakan pada mesin pencari yaitu untuk memastikan bagaimana *meta description* yang dilakukan menyangkut dengan deskripsi barang atau halaman pada website. membuat *meta description* gunakanlah kalimat yang mendeskripsikan website atau barang yang dibuat dan gunakan bahasa yang jelas dan singkat. Meletakkan nama barang pada *meta description* akan membantu mesin pencari untuk menemukan website.

4. Gambar Barang



Gambar 16. Gambar Barang

Gambar 16 menjelaskan gambar sebuah barang juga hal berpengaruh untuk meninggikan peringkat situs dihalaman utama mesin pencari. Buatlah nama pada gambar barang sesuai dengan nama barang atau judul barang yang nantinya akan menjadi kata kunci gambar barang pada mesin pencari dan menempatkan judul barang pada bagian ALT gambar barang.

5. KESIMPULAN

Setelah mengamati dengan dilakukannya analisa pada sistem yang sedang berjalan dan solusi penyelesaian masalah yang ditawarkan, maka dapat ditarik kesimpulan. Dengan diterapkannya website

E-commerce, harapan dapat meningkatkan penjualan dari luar daerah Tangerang khususnya jabodetabek dan memudahkan pelanggan untuk melakukan transaksi pada PT Selera Amanah Indonesia. dengan adanya ulasan, pelanggan dapat mengetahui tingkat kepercayaan transaksi pada PT Selera Amanah Indonesia untuk berbelanja di website.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Yunita, "Irma Yunita," *56th Annu. Conf. Metall.*, vol. 10, no. 10, pp. 16–33, 2017.
- [2] A. Saefullah, "Analisa Pengaruh Penggunaan Search Engine Optimization (SEO) Pada Website E-Commerce Program Studi Teknik Informatika , Universitas Islam Attahiriyah," no. November, pp. 2–3, 2015.
- [3] S. A. Sovia Elinawati, Abulwafa Muhammad, "Perancangan Content Management System (Cms) Dengan Studi Kasus E-Bisnis Pada Toko Alya Gorden," *J. KomTekInfo Fak. Ilmu Komput.*, vol. 2, no. 1, pp. 79–90, 2015.
- [4] A. Hendini, "Pemodelan UML sistem informasi Monitoring Penjualan dan stok barang," *Pemodelan Uml Sist. Inf. Monit. Penjualan Dan Stok Barang (Studi Kasus Distro Zhezha Pontianak)*, vol. IV, no. 2, pp. 107–116, 2016.
- [5] I. Athia, E. Saraswati, A. N.-J. J. Ketahanan, and U. 2018, "Penerapan Business Model Canvas (BMC) Untuk Mendorong Mindset Kewirausahaan Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Malang," *Riset.Unisma.Ac.Id*, pp. 66–75, 2018.
- [6] R. Kurniasari, D. Kartikasari, P. Administrasi, B. Terapan, P. N. Batam, and B. Centre, "Penerapan Model Bisnis Kanvas Terhadap Bisnis Jasa Angkut Penumpang Pada PT Internasional Golden Shipping," vol. 2, no. 1, pp. 6–14, 2018.
- [7] D. Manulang, L. A. Abdillah, and Kurniawan, "Sistem Informasi Penjualan Online (E-Commerce) Menggunakan CMS Wordpress pada Toko Soraya Shop dengan Menerapkan Metode Rad," *SHaP-SITI*, pp. 7–12, 2017.
- [8] R. P. Hastanti, B. Eka, P. Indah, and U. Wardati, "Sistem Penjualan Berbasis Web (E-Commerce) Pada Tata Distro Kabupaten Pacitan," vol. 3, no. 2, pp. 1–9, 2015.