

PENGUNAAN E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) UNTUK PELAYANAN PAKAIAN PADA MERAKUNI

Moch. Rezaf Ivanka Haris¹⁾, Gandung Triyono²⁾

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260

E-mail : rezaivanka@gmail.com¹⁾, gandung.triyono@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

Dinamika sosial masyarakat didunia saat ini telah mengalami perubahan pesat. Hal ini ditandai oleh perkembangan yang spektakuler di bidang teknologi informasi dan teknologi komunikasi. Melalui internet, pedagang dapat menawarkan produknya secara online kepada pembeli tanpa perlu bertatap muka. E-commerce (perdagangan melalui internet) mengizinkan pedagang untuk mendagangkan produk-produk dan jasa secara online. Calon pemesan atau konsumen dapat menjumpai website penjual, melihat produk-produk, dan mengorder secara online. Adapun permasalahan yang di hadapi oleh Merakuni yaitu menurunnya omset penjualan dari bulan januari 2019 hingga mei 2019, dan belum adanya proses pembuatan laporan penjualan dan laporan produk terlaris. Teknik penelitian ini memakai business model canvas yang dikembangkan menggunakan sistem Search Engine Optimisazion (SEO) dan Content Management System (CMS). Penelitian ini mempunyai hasil yaitu dengan adanya website e-commerce Merakuni dapat mendatangkan para pelanggan baru agar meningkatkan penjualan dan Pemilik dapat mengetahui produk yang paling diminati dan mengetahui data penjualan pada Merakuni dengan adanya fitur laporan penjualan dan laporan produk terlaris.

Kata kunci: *E-Commerce, Fashion, Content Management System, Business Model Canvas.*

1. PENDAHULUAN

Di masa lampau, kegiatan dunia perdagangan (*commerce*) dilakukan dengan penawaran langsung *face to face* tapi pertumbuhan yang sangat pesat dari internet telah merubah model tersebut. Dengan internet, pedagang bisa menawarkan atau menjajahkan produknya secara online kepada konsumen tanpa harus bertatap muka. *E-commerce* (perdagangan melalui internet) memperbolehkan pedagang untuk menjual produk-produk dan jasa secara online. Merakuni adalah salah satu *brand* di bidang *fashion* yang berlokasi di Pamulang, Tangerang Selatan. Berdiri sejak tahun 2018 sampai saat ini. Merakuni ini bergerak di bidang *fashion* yang menjual pakaian pria dan wanita seperti *Shirt, Wearing, Dress*. Merakuni tidak memiliki toko fisik karena biaya sewa tempat relatif mahal.

Masalah yang di hadapi oleh Merakuni adalah omset penjualan terjadi penurunan pada bulan januari 2019 hingga bulan mei 2019. Hal ini karena berjualan di *Instagram* ataupun *Tokopedia* kurang mencakup semua konsumen. Kelemahan berjualan di *instagram* dan *tokopedia* adalah kesulitan memberikan informasi detail kepada konsumen dan persaingan sangat ketat. Lalu belum adanya proses pembuatan laporan seperti laporan penjualan, dan laporan produk terlaris.

Untuk menjawab permasalahan diatas maka penulis mencoba merancang website berbasis *E-commerce brand* Merakuni untuk menunjang pengoptimalan tingkat penjualan barang dengan sebagai media memperluas promosi dan menjual produk-produk yang ada pada Merakuni. Sehingga

dengan adanya website *e-commerce* diharapkan mampu mendatangkan para konsumen baru.

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan *brand* Merakuni, sehingga pelanggan dapat dengan mudah mencari *website* tersebut. serta mempermudah konsumen dalam melakukan proses transaksi secara online.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendatangkan para pelanggan baru agar dapat meningkatkan penjualan lalu dapat memudahkan para pelanggan pada saat mencari informasi produk yang terbaru dan untuk mempermudah admin dalam proses pembuatan laporan.

Electronic commerce (e-commerce) yakni ide baru seperti yang biasa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *World Wide Web* Internet ataupun proses jual beli atau pertukaran produk, jasa lalu informasi melalui jaringan informasi termasuk internet [1].

Business model canvas yaitu digunakan untuk menjelaskan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah suatu model bisnis, agar mampu menghasilkan kinerja yang lebih optimal [2].

Search Engine Optimization (SEO) yaitu sesuatu proses yang memakai prinsip-prinsip dasar pencarian dari sebuah mesin pencari untuk mendapatkan dan juga menambahkan nilai indeks peringkat ke level yang lebih tinggi untuk sebuah halaman *website* [3].

Content Management System atau yang disingkat *CMS* merupakan *software* yang dibuatkan khusus untuk membuat toko di jagat maya atau yang

sering disebut *e-commerce*. Dengan aplikasi CMS *administrator website* dapat mengatur semua isi di websitenya, Isi *website* ada berbagai macam contohnya yaitu dapat berupa tipe berbagai file, seperti teks, foto, *audio*, *video* [4].

Content Management System atau yang disingkat CMS merupakan *software* yang dibuatkan khusus untuk membuat toko di jagat maya atau yang sering disebut *e-commerce*. Dengan aplikasi CMS *administrator website* dapat mengatur semua isi di websitenya, Isi *website* ada berbagai macam contohnya yaitu dapat berupa tipe berbagai file, seperti teks, foto, *audio*, *video* [4].

2. PENELITIAN SEBELUMNYA

Penelitian yang dilakukan oleh [5] yaitu menjelaskan perancangan model bisnis dengan menggunakan BMC (*Business Model Canvas*) permasalahannya adalah belum dilakukannya pemetaan model bisnis secara terstruktur dan tingginya persaingan. Metode yang digunakan penelitian tersebut adalah BMC (*Business Model Canvas*) dari penelitian tersebut mendapatkan hasil strategi model bisnis baru dan memunculkan ide-ide bisnis kreatif yang diterapkan pada Arcana Batik yang berguna untuk berkopetensi dan mendapat profit lebih bagi perusahaan.

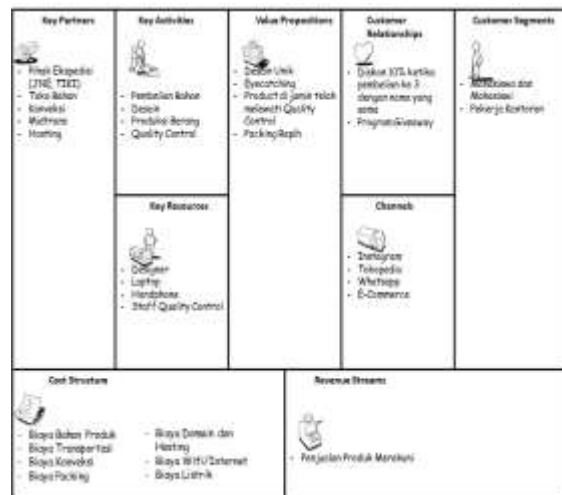
Penelitian yang dilakukan oleh [6] tentang Clustering Produk Online Shop Dalam Penentuan Stok Barang. Permasalahan yang di hadapi adalah kesulitan dalam menentukan stok minimum tiap barang yang harus dipenuhi berdasarkan minat konsumen. Metode yang digunakan penelitian tersebut adalah BMC (*Business Model Canvas*) hasil dari penelitian tersebut adanya program aplikasi untuk penentuan stok barang diharapkan bisa memberikan kontribusi lebih baik lagi karena aplikasi yang dihasilkan bisa menampilkan kategori produk dalam jangka waktu tertentu sesuai yang diinginkan.

Penelitian yang dilakukan oleh [7] tentang implementasi *e-commerce*. Permasalahan yang di hadapi adalah pembeli harus datang ke toko langsung apabila ingin mengetahui informasi tersedianya stok barang dan informasi lainnya. Metode yang digunakan penelitian tersebut adalah *Waterfall*. Hasil yang di dapat dalam penelitian ini adalah aplikasi *E-Commerce* online dapat mempermudah proses transaksi pembelian produk dan pembeli langsung dapat melihat produk-produk dari *E-Commerce* online sehingga dapat melakukan proses pembelian dengan cepat.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Model Bisnis Canvas

Ketika membangun *E-commerce* ini, penulis menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi model bisnis Merakuni.



Gambar 1. Perancangan Business Model Canvas

Gambar 1 merupakan *Bisnis Model Canvas* yang dikembangkan dengan keterangan dengan masing-masing blok yaitu:

a. Value Propositions

Adalah nilai lebih yang diberikan Merakuni melalui produknya. Berikut ini adalah keunggulan bisnis yang ada pada Merakuni adalah Design unik, Packing rapih, Eyecatching dan Produk di jamin telah melewati *Quality Control*

b. Customer Segment

Adalah target bisnis yang menjadi fokus Merakuni dalam mempromosikan dan menjual produknya. Target bisnis yang difokuskan oleh Merakuni adalah Mahasiswa dan mahasiswi, Pekerja kantor.

c. Revenue Stream

Adalah profit yang dihasilkan Merakuni dalam penjualan produknya. Produk yang dijual untuk mendapatkan profit didapatkan dari penjualan produk Merakuni.

d. Key Activities

Adalah kegiatan yang dilakukan ketika proses pembuatan produk. Adapun kegiatan pada Merakuni yaitu Pembelian bahan, Desain, Produksi barang, dan *Quality Control*

e. Key Resources

Adalah sumber daya utama produk yang dibutuhkan pada Merakuni dalam menjalankan bisnisnya. Sumber daya yang dimaksud adalah handphone, laptop, designer dan staff *Quality Control*.

f. Channels

Adalah suatu strategi marketing yang dilakukan pada Merakuni untuk mempromosikan produknya adalah Instagram, Whatsapp, Tokopedia, *e-commerce*.

g. Customer Relationship

Adalah usaha Merakuni dalam menjaga relasi dengan pelanggan agar pelanggan mendapatkan pengalaman berbelanja yang memuaskan. *Customer Relationship* yang diterapkan yaitu Diskon 10% ketika pembelian ke 3 dengan nama yang sama dan program *Giveaway*.

h. Key Partners

Adalah mitra dalam menjalankan bisnis kita. Mitra bisnis pada merakuni adalah: Ekspedisi seperti JNE dan Tiki, toko bahan, konveksi, Midtrans dan Hosting.

i. *Cost Structure*

Blok ini adalah biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan keseluruhan kegiatan bisnis. Biaya yang di keluarkan pada Merakuni antara lain : Biaya bahan produk, Biaya Transportasi, Biaya Wifi/Internet, Biaya *Hosting & Domain*, Biaya Packing, Biaya konveksi, Biaya Listrik.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Didalam penelitian ini, teknik pengumpulan data merupakan cara yang di lakukan untuk mengumpulkan data yang di pakai dalam merumuskan masalah serta bahan acuan untuk merancang dan membangun sistem yang akan di bangun. Metode yang di gunakan yaitu:

a. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data dengan cara bertatap langsung lalu melakukan tanya jawab antara kedua belah pihak, pihak pertama sebagai pewawancara dan pihak kedua adalah sebagai narasumber.

b. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap objek dan menarik sebuah kesimpulan dari seluruh kejadian pengamatan tersebut.

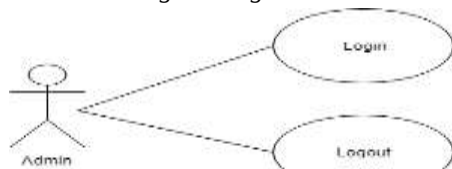
c. Studi Dokumen

Menganalisa dokumen dengan cara menganalisis isi data pada dokumen yang didapatkan dari tempat riset. Dokumen hanya dokumen yang berkaitan langsung dengan apa topik yang di bahas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Use case diagram menjelaskan sebuah hubungan antara satu atau lebih aktor dengan sistem informasi yang akan dibuat. Dengan kata lain, *use case diagram* digunakan untuk mengetahui fungsi-fungsi apa saja yang terdapat di dalam sistem dan siapa saja yang berhak mengakses fungsi tersebut [8].

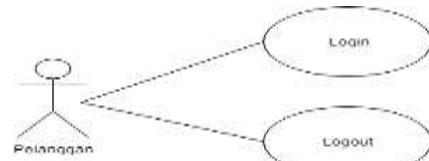
a. *Use Case Diagram Login Admin*



Gambar 4. Use Case Login Admin

Gambar 4 menjelaskan tentang admin yang melakukan aktivitas *login* yang digunakan untuk mengakses halaman *website* ataupun *dashboard* Merakuni. Selain itu ada fungsi *logout* untuk keluar dari *account* maupun *dahsboard*.

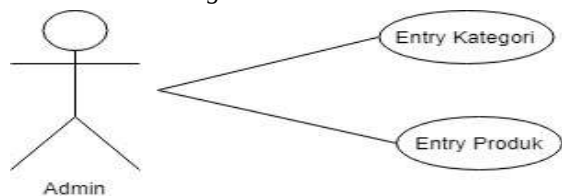
b. *Use Case Diagram Login Pelanggan*



Gambar 5. Use Case Login Pelanggan

Gambar 5 Menjelaskan tentang pelanggan melakukan aktivitas *login* yang digunakan untuk mengakses *website* Merakuni untuk mengorder produk. Selain itu ada fungsi *logout* untuk keluar dari *account* pelanggan.

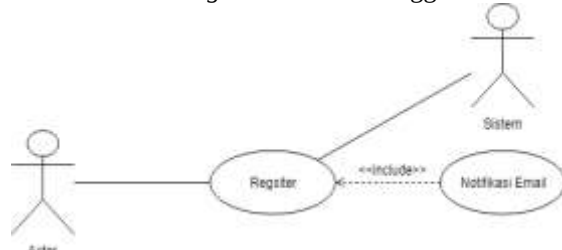
c. *Use Case Diagram Master Admin*



Gambar 6. Use Case Master Admin

Gambar 6 menjelaskan tentang bagaimana admin melakukan aktivitasnya sebagai admin pada *website*. Admin bisa mengentry kategori dan mengentry produk

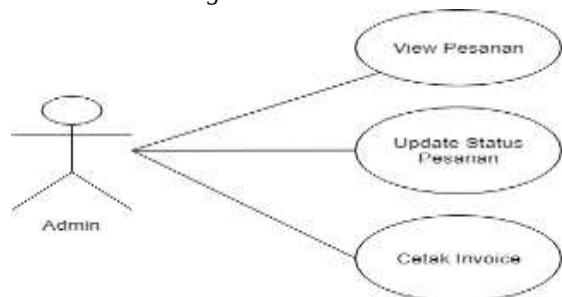
d. *Use Case Diagram Master Pelanggan*



Gambar 7. Use Case Master Pelanggan

Gambar 7 menjelaskan tentang alur bagaimana pelanggan bisa melakukan registrasi dan ketika berhasil registrasi maka akan otomatis mendapatkan notifikasi email melalui email yang di daftarkan ketika *regist*

e. *Use Case Diagram Transaksi Admin*

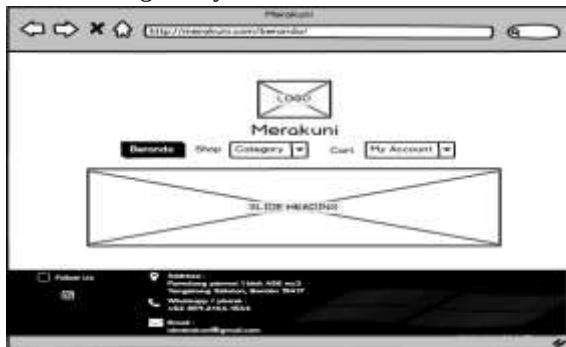


Gambar 8. Use Case Transaksi Admin

4.2 Rancangan Layar

Rancangan layar adalah sebuah *design* tampilan yang berfungsi sebagai antarmuka antara pengguna atau user. Dibawah ini merupakan rancangan layar pada *website* Merakuni.

1. Rancangan Layar Beranda



Gambar 12. Rancangan Layar Beranda

Gambar 12 menampilkan menu Beranda dari *website* Merakuni yang akan diakses oleh User pertama kali ketika sudah *regist* atau *login* yang berikan *slide heading*.

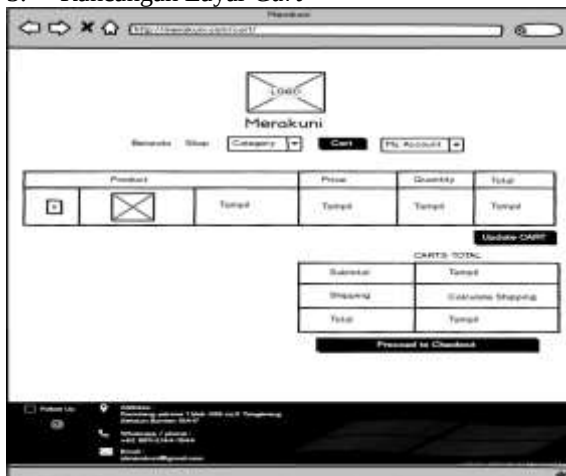
2. Rancangan Layar Shop



Gambar 13. Rancangan Layar Shop

Gambar 13 menampilkan menu *Shop* dari *website* Merakuni yang berisikan produk-produk yang di jual secara detail.

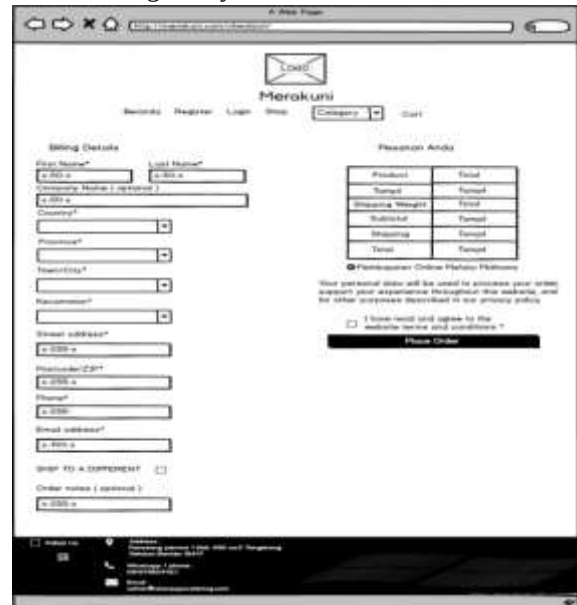
3. Rancangan Layar Cart



Gambar 14. Rancangan Layar Cart

Gambar 14 menampilkan rancangan layar menu *cart* Merakuni yang berisikan tentang *product* yang telah dimasukkan kedalam *cart*. Pada rancangan layar *cart* menampilkan *cart* total sementara yang bisa di update ketika user ingin memasukkan *product* lainnya.

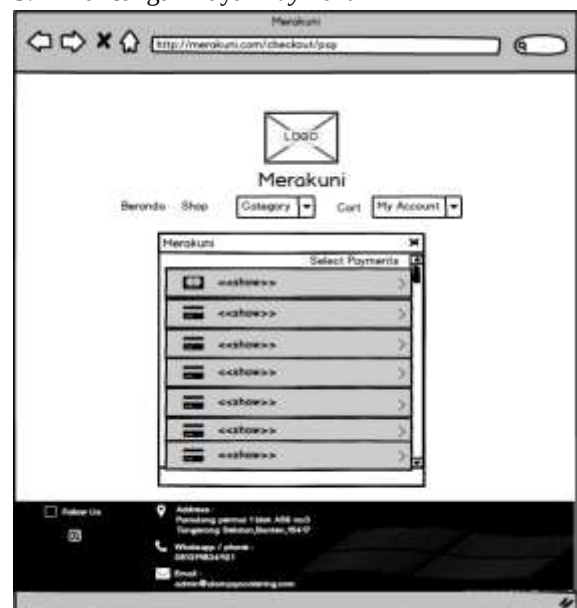
4. Rancangan Layar Checkout



Gambar 15. Rancangan Layar Checkout

Gambar 15 menampilkan menu *checkout* dari *website* Merakuni yang berisikan *billing details* dan menampilkan seluruh tagihan pembayaran meliputi harga semua *product* yang di beli beserta ongkos kirimnya.

5. Rancangan Layar Payment



Gambar 16. Rancangan Layar Payment

Gambar 16 menampilkan menu *Payment* dari *website* Merakuni yang berisikan pilihan-pilihan untuk melakukan pembayaran oleh pelanggan.

4.3 Strategi SEO

Penggunaan SEO pada sebuah website adalah hal penting untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada website, terutama pada website yang digunakan untuk menjual sebuah produk. Karena akan sangat membantu meningkatkan penjualan pada website tersebut. Berikut adalah strategi SEO yang digunakan pada Merakuni:

1. Title Product

Title Product yaitu bagaimana kita memastikan judul produk yang kita jual sinkron beserta kata kunci yang akan kita digunakan. Nama atau judul barang wajib disesuaikan dengan barang yang ingin dijual merupakan kata kunci yang paling sering dicari oleh mesin pencari seperti *google*.



Gambar 17 Title Product

2. Description Product

Ketika membuat kalimat deskripsi produk sebaiknya memakai bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh mesin pencari, *because* mesin pencari akan membaca kata kunci yang ada pada deskripsi *product*.



Gambar 18. Description Product

3. Meta Description

Untuk membuat *meta description* gunakanlah kalimat-kalimat yang menjabarkan *website* atau produk yang akan dijual dan gunakan bahasa yang jelas dan singkat. Memasukkan nama barang pada *meta description* akan menunjang mesin pencari untuk menemukan *website*.



Gambar 19. Meta Description

5. Kesimpulan

Selama melakukan riset pada Merakuni, dapat diambil kesimpulan yaitu dengan diterapkannya *website e-commerce* dan *SEO*, diharapkan dapat

meningkatkan dan memperluas pemasaran produk yang sebelumnya terjadi penurunan penjualan dari bulan Januari 2019 hingga pertengahan bulan Mei 2019. Dengan adanya *website e-commerce*. Merakuni dapat menyajikan informasi detail kepada konsumen lalu dapat bersaing dan berkembang di dunia *fashion*. Pemilik dapat mengetahui produk yang paling diminati pada Merakuni dengan adanya fitur laporan produk terlaris dan pemilik dapat mengetahui data penjualan pada Merakuni dengan adanya fitur laporan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. P. Widodo, P. B. Santoso, and Z. Darmawan, "Teknik Industri Universitas Barawijaya Perancangan Website E-Commerce Sebagai Usaha Peningkatan Penjualan Produk Pada Toko Mebel Dengan Menggunakan Tool Opencart (Studi Kasus di Toko Mebel Fortuna) E-Commerce Website Design As An Effort To Increase Prod," *J. REKAYASA DAN Manaj. Sist. Ind.*, vol. 2, no. 6, pp. 1272–1283, 2015.
- [2] A. S. Pramudita, "Formulasi Model Bisnis Hostel di Bandung dengan Pendekatan Value Chain dan Business Model Canvas (Studi Kasus : Pinisi Backpacker)," vol. II, no. 1, pp. 32–38, 2018.
- [3] W. A. Triyanto and N. Susanti, "Optimasi Meta Tag HTML untuk Meningkatkan Search Engine Optimization (SEO) pada Website E-Commerce UMKM," *Netw. Secur.*, vol. 6, no. 4, pp. 1–5, 2017.
- [4] D. A. Praditya and B. Soepeno, "Penggunaan Aplikasi CMS Wordpress Untuk Merancang Website Sebagai Media Promosi pada Maroon Wedding Malang," *Akuntansi, Ekon. dan Manaj. Bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 63–69, 2014.
- [5] M. F. Siregar, P. Studi, T. Industri, F. R. Industri, and U. Telkom, "Perancangan Model Bisnis Arcana Batik Dengan Menggunakan Metode Business Model Canvas Design Of Arcana Batik BusinessModel Using Canvas Business Model Approach," vol. 6, no. 1, pp. 1754–1759, 2019.
- [6] J. Bianglala and I. Vol, "Penerapan Metode," vol. 3, no. 1, 2015.
- [7] G. B. Santoso, M. R. Fadilla, A. Ibrahim, T. Informatika, F. Teknologi, and I. Universitas, "Implementasi E-Commerce Berbasis Open Source Pada Usaha," pp. 1–6, 2019.
- [8] T. A. Kurniawan, "Pemodelan Use Case (UML): Evaluasi Terhadap Sebagian Kesalahan dalam Praktik Use Case (UML) Modeling : Evaluation On Some Pitfalls In Practices," no. March, 2018.