

PENERAPAN SISTEM PENJUALAN *ONLINE* BERBASIS *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN *CONTENT* *MANAGEMENT SYSTEM (CMS)* STUDI KASUS TOKO ALFIAN

Dery Saputra¹⁾, Lusi Fajarita²⁾

Sistem Infomasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260
E-mail: derysaputra3101@gmail.com¹⁾, lusi.fajarita@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

Toko Alfian adalah salah satu toko yang menjual alat-alat listrik. Toko alfian yang berlokasi di Pik. Kopti Rt. 01/011 No. 35 Semanan Kalideres Jakarta Barat. Penulis melakukan analisa mengenai sistem penjualan. Masalah pada penelitian saat ini adalah pihak pemilik selama ini belum memiliki media untuk mempromosikan produk disebabkan penjualan hanya disekitaran wilayah Jakarta Barat saja mengakibatkan menurunnya penjualan dan tidak adanya media untuk memberitahukan perihal promo-promo kepada customer yang berdampak pada tidak adanya peningkatan penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah membuat penjualan online (e-commerce) dimana customer dapat memesan secara online dengan mudah dan cepat, menyebabkan keuntungan yang diperoleh toko tersebut dapat tercapai dengan maksimal. E-commerce adalah solusi dari permasalahan tersebut, Metode yang digunakan untuk implementasi E-Commerce menggunakan CMS Wordpress dengan plugin WooCommerce. Kesimpulan dari penelitian ini adalah mempermudah dalam mempromosikan produk secara online dan dapat memberikan informasi mengenai promo maupun diskon kepada customer.

Kata kunci: *E-Commerce, CMS, Wordpress*

1. PENDAHULUAN

E-Commerce merupakan suatu konsep baru yang digunakan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada proses jual beli melalui jaringan informasi termasuk internet. *E-commerce* merupakan kegiatan bisnis yang dijalankan secara elektronik melalui suatu jaringan internet atau aktifitas penjualan produk melalui komunikasi digital. [1]

Business Model Canvas merupakan suatu strategi dalam manajemen yang bersifat optis chart yang terdiri dari sembilan bagian. Model bisnis pertama kali diperkenalkan Alexander Osterwalder ketika bukunya yang diberi judul *Business Model Generation*. pada buku tersebut, Alexander berupaya menerangkan suatu framework sederhana untuk mempresentasikan bagian-bagian penting dalam sebuah model bisnis. Jika melihat sebentar, sebenarnya proses model bisnis kanvas nampak cukup elementer. Secara keseluruhan, prosesnya mengalir dari satu bagian bisnis menuju bagian penting seterusnya. Berikut adalah sembilan elemen yang terdapat dalam bisnis model kanvas.[2]

Toko Alfian merupakan salah satu tempat usaha berjualan alat-alat listrik. Namun, pada sistem yang berjalan sekarang, masih memiliki permasalahan yang dirasakan pada pihak pemilik. Pihak pemilik selama ini belum memiliki media untuk mempromosikan produk disebabkan penjualan hanya disekitaran wilayah Jakarta Barat saja mengakibatkan menurunnya penjualan dan tidak adanya media untuk memberitahukan perihal promo-promo kepada *customer* yang berdampak pada tidak adanya peningkatan penjualan.

Berdasarkan masalah pada toko Alfian, maka perlu menggunakan suatu sistem penjualan *online*

menggunakan *e-commerce* sehingga sistem ini dapat membantu pihak Toko Alfian untuk mempromosikan produknya, juga dapat membantu pihak pelanggan yang ingin mendapatkan informasi, dan memesan produk tanpa harus datang langsung ke toko.

Berdasarkan penjelasan penulis diatas dalam menyusun laporan ini mengambil judul “Penerapan Sistem Penjualan *Online* Berbasis *E-Commerce* Menggunakan *Content Management System (CMS)* Studi Kasus Toko Alfian”

Merupakan suatu perangkat lunak yang digunakan untuk mengelola content. Yang dimaksud dengan content adalah semua bentuk informasi digital, yang berupa file, audio, video, teks dan file komputer lainnya. CMS berbentuk aplikasi berbasis web yang diterapkan menggunakan bahasa pemrograman yang memiliki kemampuan pemrograman berbasis web. [3]

Adalah teknik pencarian yang menggunakan kata kunci atau *frase* yang mengandung kata kunci yang terkandung dalam halaman-halaman *web*, informasi tersebut yang akan diindeks oleh mesin pencari.

Tujuan dari SEO adalah agar web atau blog selalu berada di halaman terdepan dan teratas dari suatu *Search Engine*, sehingga selalu berada di posisi teratas, maka besar kemungkinan *web* atau *blog* sering dikunjungi. [4]

2. PENELITIAN SEBELUMNYA

Penelitian yang telah dilakukan oleh [5] dengan judul “Implementasi *E-commerce* Sebagai Media Penjualan *Online* (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang)”. Pada penelitian ini

menjelaskan tentang manfaat adanya penerapan e-commerce dalam perkembangan dunia bisnis, yang merupakan suatu kebutuhan untuk meningkatkan serta memenangkan persaingan bisnis dalam memasarkan produk-produk. Penelitian ini mengambil studi kasus pada toko pastbrik kota malang dengan menggunakan metode teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian implementasi e-commerce menggunakan software opencart. Sistem penjualan yang digunakan oleh toko Pastbrik saat ini masih menggunakan sistem konvensional/offline dimana pembeli untuk mendapatkan barang yang diinginkan harus datang langsung ke toko, oleh karena itu peneliti melakukan pengkajian implementasi e-commerce dengan menggunakan software opencart pada toko Pastbrik yang bertujuan untuk membantu mengurangi biaya yang dikeluarkan serta dapat menyampaikan informasi secara detail mengenai produk maupun harga spesial yang diberikan kepada konsumen.

Penelitian yang telah dilakukan oleh [6] mengenai peran e-commerce yang berfungsi sebagai media promosi dan penjualan elektronik, serta mengetahui kendala yang dihadapi dalam mengimplementasikan e-commerce. Peneliti mengangkat judul “Analisa Penerapan E-commerce Pada UKM Keykey Frozen Food Cimahi Tahun 2018”. Keykey Frozen Food merupakan sebuah usaha makanan yang bergerak dibidang makanan beku dan olahan eskrim. Masalah yang terdapat pada toko ini adalah promosi untuk memasarkan produk masih dilakukan secara manual seperti mengunjungi toko-toko untuk yang ingin menjadi reseller atau mencari orang untuk menjadi agennya. Namun belum mendapatkan hasil yang maksimal dikarenakan kekurangan dari toko ini adalah tidak menerima pembelian eceran atau hanya menjual kepada reseller saja, dikarenakan kekurangan modal, sumber daya dan pengetahuan akan e-commerce. Berdasarkan hasil yang peneliti telah lakukan maka, peneliti menerapkan penjualan berbasis e-commerce pada Keykey Frozen yang bertujuan agar toko dikenal lebih luas oleh masyarakat serta dapat memberikan informasi secara detail kepada pelanggan dan membantu UKM Keykey Foods dalam megeembangkan usaha yang lebih optimal serta dapat bersaing dengan UKM sejenis. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kualitatif dan deskriptif. Sumber data yang diperoleh yaitu melalui sumber data primer dan sumber data skunder. Teknik yang dilakukan oleh peneliti adalah menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Dari penelitian yang telah dilakukan oleh [7] dengan judul “Perancangan dan Pengaplikasian Sistem Penjualan pada “Distro Smith” Berbasis Ecommerce”. Distro Smith yang merupakan sebuah badan usaha yang bergerak di bidang penjualan pakaian dan aksesoris yang bisa disebut juga sebagai distro, yang terletak di jalan Peleburan Barat No. 7c

Semarang. Mekanisme Sistem penjualan yang dipakai di Distro smith sekarang ini masih memakai sistem konvensional, yaitu pembeli yang harus datang langsung ke Distro Smith sehingga dapat menyita waktu konsumen yang berada jauh dari distro tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat rancangan aplikasi e-commerce berbasis web menggunakan PHP dan MySQL pada studi kasus distro ”SMITH”. Untuk membuat suatu rancangan aplikasi e-commerce sehingga memudahkan konsumen untuk mendapatkan barang yang diinginkan tanpa harus datang langsung ke distro serta mempermudah konsumen dalam melakukan proses transaksi secara online.

Berdasarkan referensi jurnal diatas bahwa pada penelitian ini memiliki kelebihan yaitu menggunakan metode Business Model Canvas.

3. METODE PENELITIAN

Gambar berikut merupakan kerangka pemikiran yang berisikan masalah yang ada pada penelitian:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Gambar 1. merupakan penjelasan mengenai kerangka pemikiran yang ada pada penelitian

a. Wawancara

Kegiatan ini dilakukan untuk mempelajari dan menganalisa sistem yang sedang berjalan serta mendapatkan data langsung dari sumbernya dengan tanya jawab mengenai alur aktifitas dan dokumen pada proses bisnis berjalan. Wawancara dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan yang sebelumnya sudah disiapkan untuk pelaku usaha sehingga dapat memberikan informasi yang sangat penting bagi penulis.

b. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap objek penelitian secara langsung dan kemudian menarik kesimpulan dari seluruh kegiatan pada objek tersebut. Observasi dilakukan pada Toko Alfian.

c. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan untuk mencari informasi mengenai dokumen berjalan yang terkait agar dapat diperoleh informasi yang sesuai dengan kebutuhan sistem yang akan dibuat.

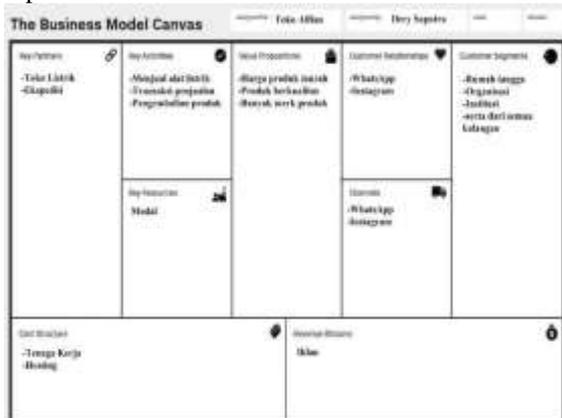
d. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk mengetahui penelitian terdahulu mengenai topik yang sama dengan topik yang ingin ditulis dengan cara membaca dan mamahami terhadap literatur dari berbagai referensi jurnal, buku, artikel maupun bahan kepustakaan yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. *Businnes Model Canvas*

Strategi dalam manajemen pada Toko Alfian seperti dibawah ini:



Gambar 2 . *Businnes Model Canvas*

Gambar 2. diatas merupakan isi dari 9 blok elemen model konseptual yang ada pada toko Alfian.

a. *Customer segments*

Bagian ini *customer* yang paling potensial adalah rumah tangga, organisasi, institusi serta dari semua kalangan.

b. *Value Propositions*

Value Propositions ini berisi tentang nilai jual yang membuat bisnis Anda terlihat menarik serta berbeda dibandingkan dengan bisnis lain. Pada toko Alfian nilai tambahnya adalah harga produk murah, produk berkualitas dan banyak merk produknya.

c. *Channel*

Pada toko Alfian memakai *channel* berupa *WhatsApp* dan *Instagram*.

d. *Customer Relationships*

Seperti *channel*, toko Alfian juga memakai *WhatsApp* dan *Instagram* pada *customer relationships*.

e. *Revenue Streams*

Pada toko Alfian memakai iklan untuk *Revenue Stream*, agar toko tersebut bisa menambah *customer*.

f. *Key Activities*

Pada aktivitas ini toko Alfian melakukan penjual alat listrik, transaksi penjualan serta pengembalian barang bagi barang yang rusak.

g. *Key Resources*

Key Resource merupakan aset terpenting dari sebuah usaha, aset terpenting yang dimiliki oleh Toko Alfian adalah modal karena modal salah satu hal yang paling utama untuk membuka usaha.

h. *Key Partnerships*

Key Partners dari Toko Alfian adalah Toko Listrik lain untuk menjual barang, dan ekspedisi untuk pengiriman barang ke dalam kota atau luar kota.

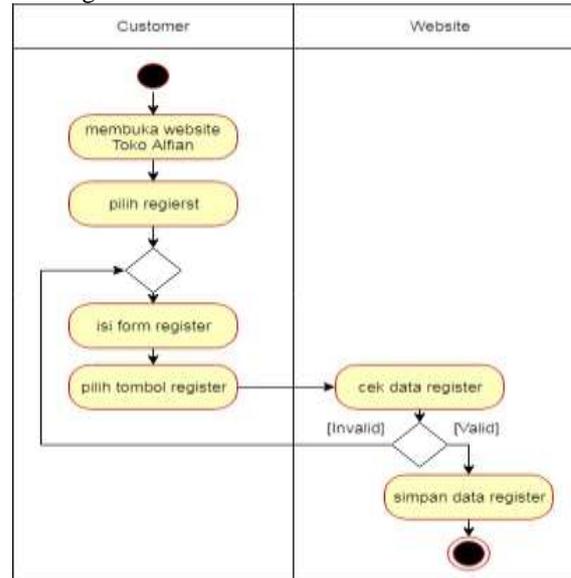
i. *Cost Structure*

Biaya pengeluaran pada Toko Alfian adalah tenaga kerja serta membeli domain dan hosting untuk *website*.

4.2. *Proses Bisnis Usulan*

a. *Proses Registrasi*

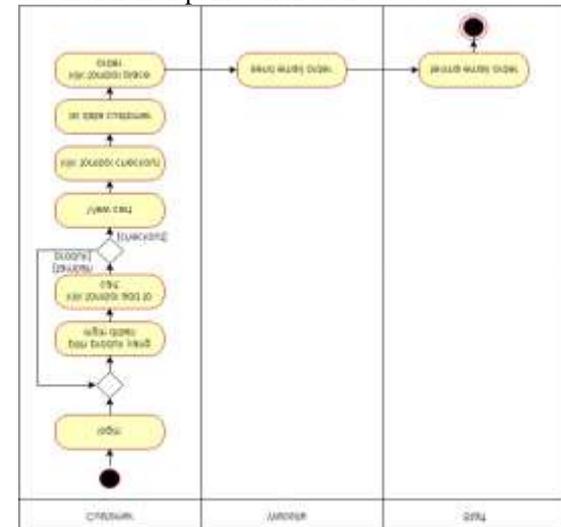
Pada gambar 3 berikut ini adalah proses bisnis saat registrasi oleh *customer*.



Gambar 3. *Activity Diagram Registrasi*

b. *Proses pemesanan*

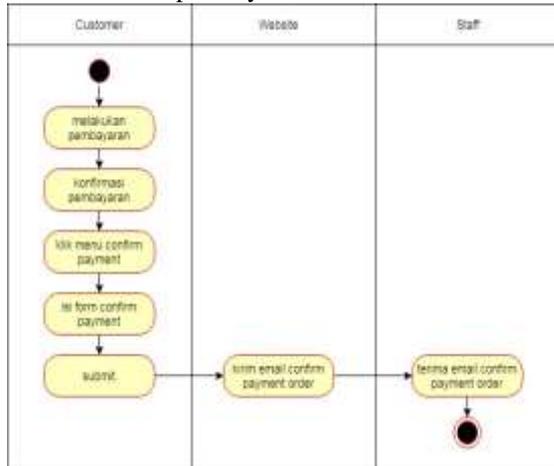
Pada gambar 4 berikut ini adalah proses bisnis saat melakukan pemesanan oleh *customer*.



Gambar 4. *Activity Diagram Pemesanan*

c. Proses pembayaran

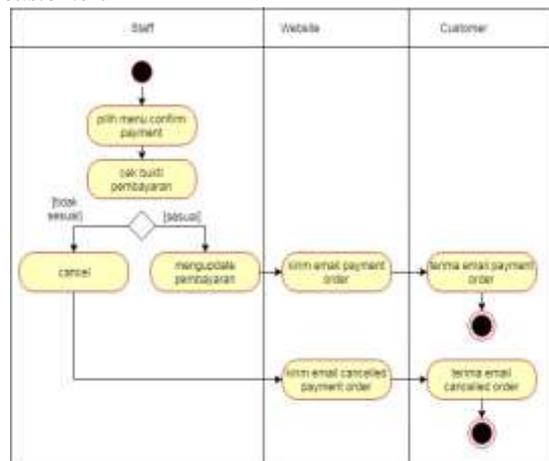
Pada gambar 5 berikut ini adalah proses bisnis saat melakukan pembayaran oleh *customer*.



Gambar 5. Activity Diagram Pembayaran

d. Verifikasi Pembayaran

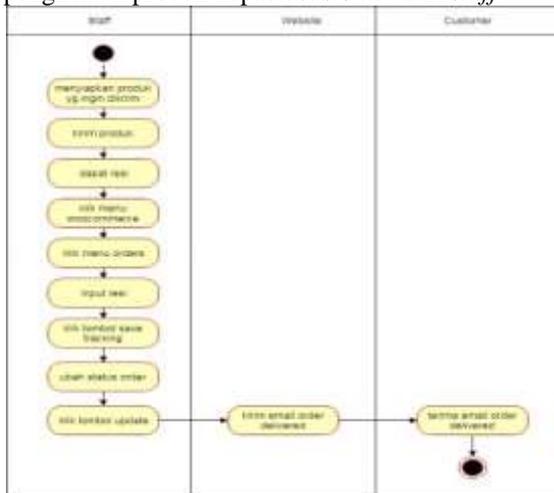
Pada gambar 6 berikut ini adalah proses bisnis saat melakukan verifikasi pembayaran oleh *customer*.



Gambar 6. Activity Diagram Verifikasi Pembayaran

e. Proses Pengiriman Produk

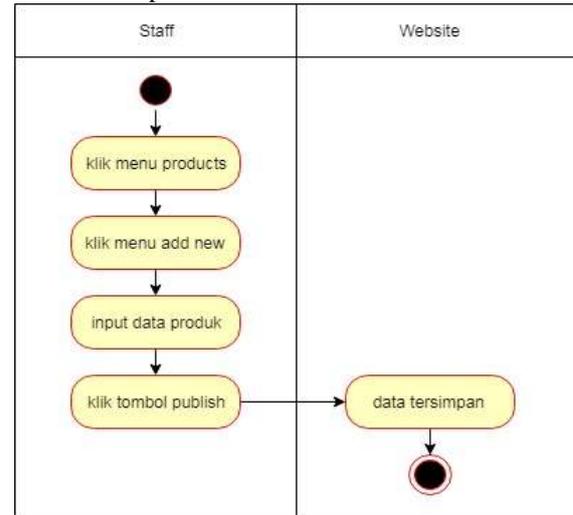
Pada gambar 7 berikut ini adalah proses bisnis pengiriman produk kepada *customer* dari *staff*.



Gambar 7. Activity Diagram Pengiriman Produk

f. Memasukan Produk

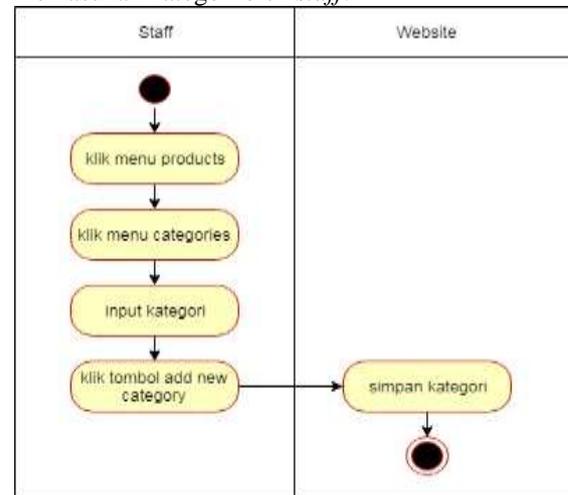
Pada gambar 8 berikut ini adalah proses bisnis memasukan produk oleh *staff*.



Gambar 8. Activity Diagram Memasukan Produk

g. Memasukan Kategori

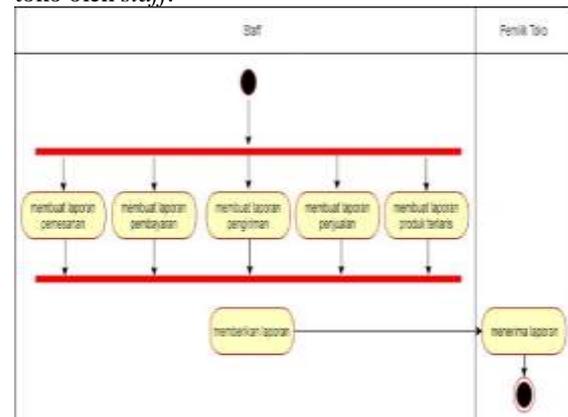
Pada gambar 9 berikut ini adalah proses bisnis memasukan kategori oleh *staff*.



Gambar 9. Activity Diagram Memasukan Kategori

h. Proses pembuatan laporan

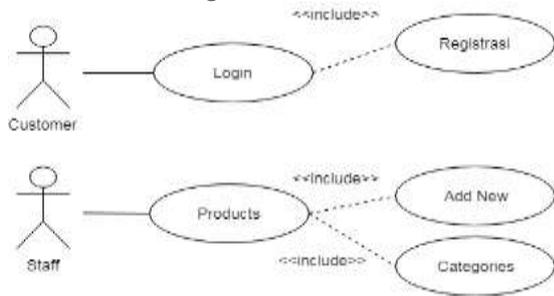
Pada gambar 10 berikut ini adalah proses bisnis pembuatan laporan yang akan diberikan oleh pemilik toko oleh *staff*.



Gambar 10. Activity Diagram Pembuatan Laporan

4.3. Use Case Diagram

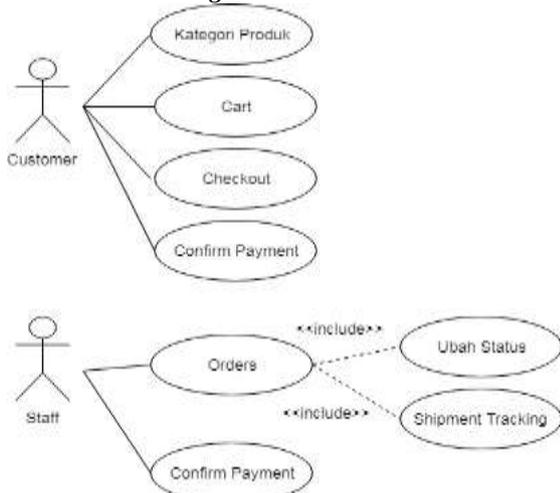
a. Use Case Diagram Master



Gambar 11. Use Case Diagram Master

Pada gambar 11 menjelaskan *customer* akan login jika *customer* tersebut sudah registrasi. Dan *staff* bisa memasukan produk yang akan dijual.

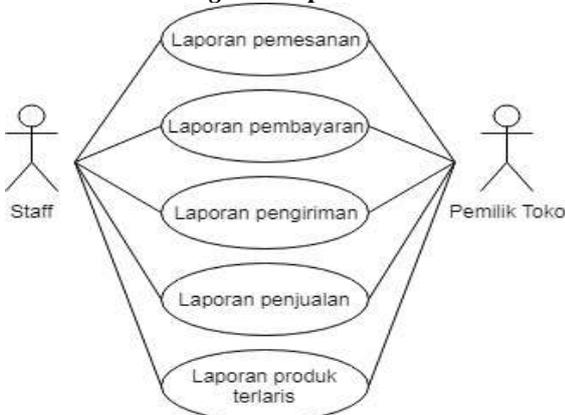
b. Use Case Diagram Transaksi



Gambar 12. Use Case Diagram Transaksi

Pada gambar 12 menjelaskan *customer* akan transaksi pada menu tersebut, kemudian *staff* memverifikasi pembayaran yang dilakukan oleh *customer*.

c. Use Case Diagram Laporan



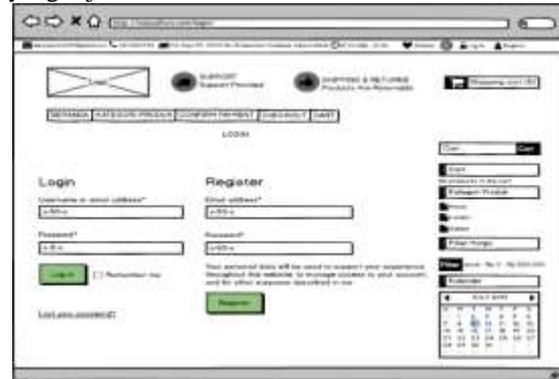
Gambar 13. Use Case Diagram Laporan

Pada gambar 13 menjelaskan *staff* akan membuat laporan dan akan diberikan ke oemilik toko.

4.4. Rancangan Layar

a. Rancangan Layar Login Dan Registrasi Customer

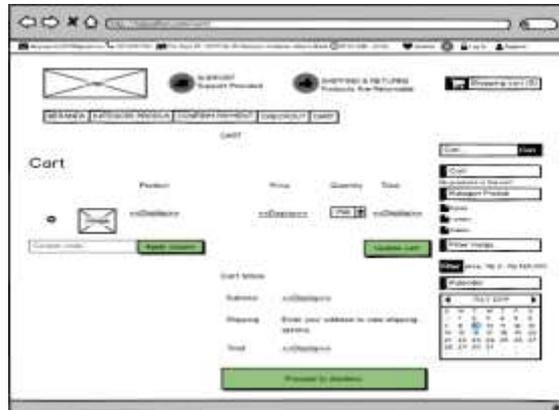
Pada gambar 14 adalah rancangan layar *login* dan *registrasi* oleh *customer* untuk bisa membeli produk yang dijual.



Gambar 14. Rancangan Layar Login dan Registrasi

b. Rancangan Layar Cart

Pada gambar 15 adalah rancangan layar *cart* menampilkan produk yang akan dibeli oleh *customer*.



Gambar 15. Rancangan Layar Cart

c. Rancangan Layar Login Staff

Pada gambar 16 adalah rancangan layar menampilkan *staff* untuk login sebelum masuk kedalam *dashboard*.



Gambar 16. Rancangan Layar Login Staff

d. Rancangan Layar Confirm Payment

Pada gambar 17 adalah rancangan layar menampilkan *staff* saat memverifikasi pembayaran yang sudah dibayar oleh *customer*.

