

# PENERAPAN BISNIS UNTUK PELANGGAN MENGGUNAKAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM WORDPRES PADA TOKO NI- MAR COLLECTION MENGGUNAKAN E-COMMERCE

Muhammad Afrizal Fariz<sup>1)</sup>, Lauw Li Hin<sup>2)</sup>

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

Perkembangan teknologi informasi jaman sekarang mengalami perubahan yang sangat signifikan. Teknologi Informasi telah berhasil menjabarkan setiap detail informasi yang sebelumnya dikira tidak mungkin tergapai, seperti kemajuan informasi. Oleh karena itu banyak yang menawarkan *webstore e-commerce* bagi seseorang yang ingin memasarkan barangnya secara online dengan fitur-fiturnya disesuaikan dengan kebutuhan toko online itu sendiri. Sehingga pelanggan dengan mudah membeli setiap produk yang dibutuhkan secara nyaman. Ni-mar *Collection* masih memiliki kekurangan dalam menunjang proses transaksi penjualan barang, transaksi yang dilakukan saat ini hanya melalui toko *offline*, semakin berkurang atau menurunnya tingkat penjualan. Penjualan barang menggunakan sistem *online* akan mempermudah penjual untuk melakukan penjualan barang tanpa adanya batasan, karena hanya dengan bermodal layanan internet, sehingga menekan permasalahan sulitnya pembeli. Metode yang digunakan dalam pembuatan *e-commerce* ini menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) bertujuan untuk strategi toko supaya penjualan dapat tersusun dengan baik dan maksimal. Ni-mar *Collection* menerapkan metode *Interaction Flow Modelling Language* (IFML) untuk mendukung interaksi pengguna dan mengatur perilaku dari *front-end* website *e-commerce*. Hasil dari penelitian ini dibuatkan sebuah website penjualan barang secara online yang dapat memberikan kemudahan untuk memasarkan barang toko Ni-mar *Collection* dalam meningkatkan penjualan barang kepada konsumen.

**Kata kunci:** *E-commerce, Interaction Flow Modelling Language, Business Model Canvas*

## 1. PENDAHULUAN

Ni-mar *Collection* masih memiliki kekurangan dalam menunjang proses transaksi penjualan barang. Transaksi yang dilakukan saat ini hanya melalui toko *offline*, semakin berkurang atau menurunnya tingkat penjualan produk-produk dari Ni-mar *Collection*. Oleh karena itu dibangunlah sebuah aplikasi penjualan barang berbasis website untuk menunjang tingkat penjualan produk-produk dari Ni-mar *Collection*.

Penjualan barang menggunakan sistem *online* akan mempermudah penjual untuk melakukan transaksi penjualan barang tanpa adanya batasan waktu dan tempat, karena hanya dengan bermodal layanan internet, sehingga menekan permasalahan pelanggan tentang sulitnya pemesanan.

Dengan adanya website *E-Commerce* dapat memangkas waktu dari pelanggan dan mempermudah pelanggan untuk memesan produk-produk dari Ni-mar *Collection*. Dalam pembuatan website penjualan pada toko

Ni-mar *Collection*, untuk membuat identitas yang mudah dikenali dan dapat mudah dicari pelanggan, maka nama atau alamat dari web yang digunakan adalah *ni-marcollection.id*.

Permasalahan yang ada pada Ni-Mar *Collection* yaitu Media Informasi yang tidak digunakan secara optimal, sehingga pelanggan tidak mendapatkan info produk yang terupdate, mempermudah proses penjualan barang sehingga pelanggan tidak perlu datang ke toko *offline*, Media

promosi yang digunakan saat ini masih belum cukup maksimal sehingga jangkauan pasar tidak luas dan dengan adanya website *E-commerce* diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk Ni-mar *Collection*

Sebagai transaksi berdagang untuk memasarkan produknya dilakukan secara *online* pada jaringan internet *E-commerce* bagian dari *e-businness*, seseorang akan berbelanja melalui infrastruktur internet untuk mencari tau tentang *webstore* [1].

Cara Bagaimana menjelaskan tentang perusahaan, dapat disimpulkan bahwa *business model canvas* menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana perusahaan menciptakan, memberikan dan menangkap nilai. Ada beberapa bagian dari *business model canvas* yaitu: *customer segments, value propotions, channel, customer relationship, revanue streams, key activities, key resources, key partners, cost structure* [2].

*CMS (Content Management System)* suatu sistem yang menjalankan proses pembuatan dan menyebarkan konten secara bersama dan meningkatkan penjualan barang ni-mar *collection*. Mempermudah user membangun sebuah situs website dan mengedit konten atau template tanpa harus mempelajari begitu dalam beberapa bahas pemograman website[3].

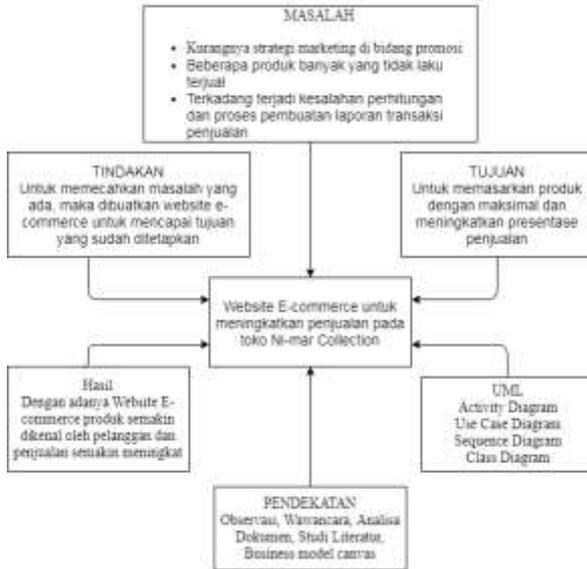
Sebuah teknik yang diterapkan dalam hal membuat, merancang sebuah halaman website supaya website ni-mar *collection* mencapai tingkat teratas pada halaman pertama google. Diharapkan situs ni-mar *collection* mendapatkan ketertarikan

yang ingin membeli atau melihat produk ni-mar collection [4].

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1. Kerangka Penelitian

Berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian pada Toko Ni-mar Collection.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Penjelasan dari gambar kerangka penelitian diatas adalah sebagai berikut:

#### a. Analisa Proses Bisnis

Dengan menjabarkan probis yang sedang berjalan dalam ruang penelitian ini, setelah dijelaskan lalu dibuatlah dengan menggunakan *Activity Diagram*.

#### b. Analisa Masalah

Menganalisa masalah dilakukan dengan cara menguraikan sebab dan akibat yang terjadi pada toko Ni-mar Collection.

#### c. Analisa Kebutuhan

Setelah didapatkan permasalahan yang ada pada Ni-mar Collection. Kemudian permasalahan itu dibuatkan solusi dengan memilih keinginan apa saja yang dibutuhkan dan di buatkanlah dengan *Class Diagram*, *Use Case Diagram*, *Sequence Diagram*

### 2.2. Teknik Analisis Data

#### a. Activiy Diagram

Dipakai untuk menjelaskan kegiatan pada sebuah proses bisnis mulai dari kegiatan pertama, sampai pilihan yang mungkin terjadi diakhir kegiatan.

##### 1) Use Case Diagram

Dipakai untuk menjelaskan sebuah hubungan antar pengguna dengan sistem.

##### 2) Deskripsi Use Case

Dipakai untuk memberikan bentukan secara umum tentang *Use case diagram* yang telah dikerjakan.

### 2.3. Metode Pengumpulan Data

Data yang didapatkan pada kasus ini dipilih dengan menggunakan beberapa tahapan, adalah:

#### a. Wawancara

Tahapan yang satu ini dilakukan menanyakan pertanyaan dan melakukan interaksi melalui tatap muka bersama kepada pemilik toko Ni-mar collection.

#### b. Observasi

Tahapan pengambilan data ini dilakukan dengan cara datang langsung ke toko ni-mar collection, sehingga penulis bisa mendapatkan gambaran tentang proses penjualan barang di toko ni-mar collection.

#### c. Analisa dokumen

Tahapan ini merupakan tahapan yang dilakukan penulis dengan cara memperoleh dokumen berjalan dari nota penjualan, surat jalan dan laporan-laporan yang tersedia di toko Ni-mar Collection.

#### d. Studi Literatur

Dalam kasus ini penulis melakukan studi literatur dari berbagai bahan rujukan yang sesuai dengan permasalahan yang dilihat dalam toko ni-mar collection. Penulis menggunakan jurnal sebagai bahan acuan pada kegiatan kasus ini.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Business Model Canvas



Gambar 2. business model canvas

Penjelasan data dilakukan menggunakan metode *Business Model Canvas*.

#### 1. Key Partners

Supaya bisnis dapat berjalan dengan baik, toko Ni-mar Collection melakukan kerjasama dengan beberapa pihak yaitu suppleir bahan kain gamis, penyedia jasa konveksi, penyedia jasa pengiriman barang .Suppleir bahan kain gamis sebagai pihak yang menyuplai bahan kain gamis sehingga menjadi produk jadi buatan Ni-mar Collection. Penyedia jasa konveksi penjahit yang membuat gamis dari kain katun, kain brokat sehingga menjadi produk yang bisa dijual dan pihak jasa pengiriman yang melakukan pengiriman produk Ni-

mar *Collection* jika produk laku terjual kepada pelanggan.

2. *Key Activities*

Kegiatan utama yang dilakukan oleh toko Ni-mar *Collection* yaitu melayani pembelian pelanggan jika ada pelanggan yang ingin membeli produk Ni-mar *Collection*, pengemasan atau pemaketan produk untuk diantar ke jasa pengiriman untuk bisa secepatnya dikirim ke pelanggan, mencari supplier bahan kain gamis dengan bahan berkualitas terbuat dari katun dan membelinya. Setelah melakukan pembelian bahan kain gamis selanjutnya melakukan produksi untuk membuat produk gamis yang kemudian nantinya produk akan dijual kepada pelanggan.

3. *Value Proposition*

Suatu kelebihan yang diberikan toko Ni-mar *Collection* yaitu semua produk yang dijual menggunakan bahan yang berkualitas, lembut, nyaman dan tahan lama. Dalam hal ini pelanggan tidak perlu ragu dalam memilih baju gamis karena dengan bahan yang lembut akan sangat nyaman untuk dipakai untuk kegiatan sehari hari selain itu Ni-mar *Collection* memasarkan produk dengan harga yang terjangkau untuk kalangan remaja.

4. *Customer Relationship*

Strategi toko Ni-mar *Collection* mempertahankan hubungan ke pelanggan yaitu memberikan fitur live chat di website Ni-mar *Collection* sehingga mempermudah pelanggan untuk bertanya mengenai informasi tentang Ni-mar *Collection*. Serta *whatsapp* sebagai media komunikasi antara toko Ni-mar *Collection* dengan pelanggan dan *instagram* sebagai media pemasaran produk-produk Ni-mar *Collection*.

5. *Customer Segment*

Sasaran yang dituju untuk dijadikan sasaran pelanggan toko Ni-mar *Collection* yaitu perempuan berusia 16-35 tahun karena desain produk yang dibuat oleh toko Ni-mar *Collection* ditunjukan untuk anak-anak muda atau remaja seperti siswi, mahasiswi serta orang-orang yang sudah berpenghasilan.

6. *Key Resources*

Supaya bisnis dapat berjalan dengan baik, toko Ni-mar *Collection* membutuhkan beberapa sumber daya mulai dari bahan untuk membuat produk gamis yang nantinya bahan ini akan dijual kepada pelanggan. Kemudian terdapat juga sumber daya manusia untuk menjalankan bisnis di toko Ni-mar *Collection* yaitu orang yang bertugas sebagai pegawai toko dan desainer produk serta jasa konveksi jahit untuk membuat gamis untuk dipasarkan.

7. *Channels*

Setelah mengetahui calon pelanggan yang dituju, toko Ni-mar *Collection* kedepannya akan menggunakan *instagram* sebagai media pemasaran digital yang utama dan *website e-commerce* sebagai

media pemasaran sekaligus penjualan yang baru serta *WhatsApp* sebagai media komunikasi antara toko Ni-mar *Collection* dengan pelanggan dan toko fisik sebagai media penjualan *offline* untuk pelanggan yang ingin membeli langsung dengan datang ke toko Ni-mar *Collection* sehingga diharapkan pelanggan dapat tertarik dan ingin membeli produk di toko Ni-mar *Collection*.

8. *Cost Structure*

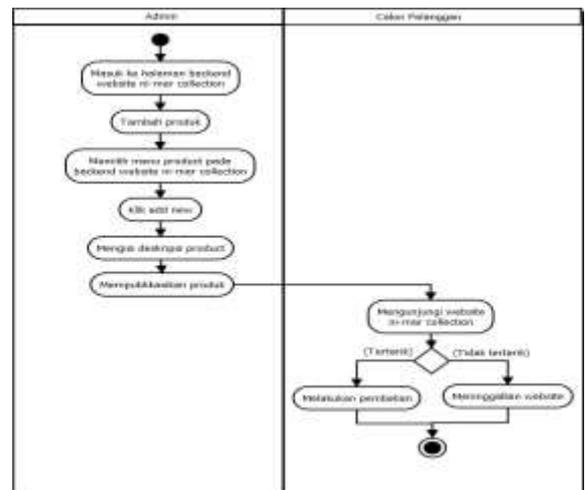
Biaya operasional yang dikeluarkan toko Ni-mar *Collection* yaitu gaji karyawan, sewa toko, biaya konveksi, biaya pembelian bahan, biaya listrik, biaya internet.

9. *Revenue Streams*

Sumber pendapatan dan penghasilan sebuah usaha adalah hal yang paling utama, dan sangat berpengaruh terhadap suatu usaha yang dijalankan supaya usaha mempunyai jangka waktu yang panjang. Ni-mar *Collection* telah merencanakan produk apa saja yang dapat di andalkan sebagai pendapatan utama yaitu penjualan baju gamis.

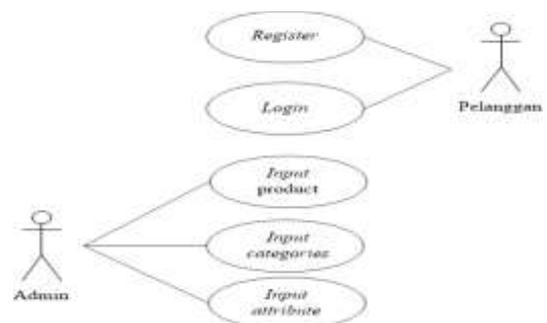
3.2 Analisa Sistem

Tahap analisa sistem dalam perancangan web *E-Commerce* ini dibuat dalam *Activity Diagram*. Berikut merupakan contoh dari *Activity Diagram* Toko Ni-mar *Collection*:



Gambar 3. Activity Diagram pemasaran

3.3 Use Case Diagram



Gambar 4. Use Case Diagram

Tahapan racangan sistem menggunakan *Use Case Diagram master* dan *Deskripsi Use Case master*.

Deskripsi *Use Case Entry master* pada Gambar 4 adalah:

*Use Case* : Report orders  
 Aktor : Admin  
 Deskripsi : Use case ini menjelaskan bagaimana admin membuat report untuk pemilik toko Ni-mar collection.

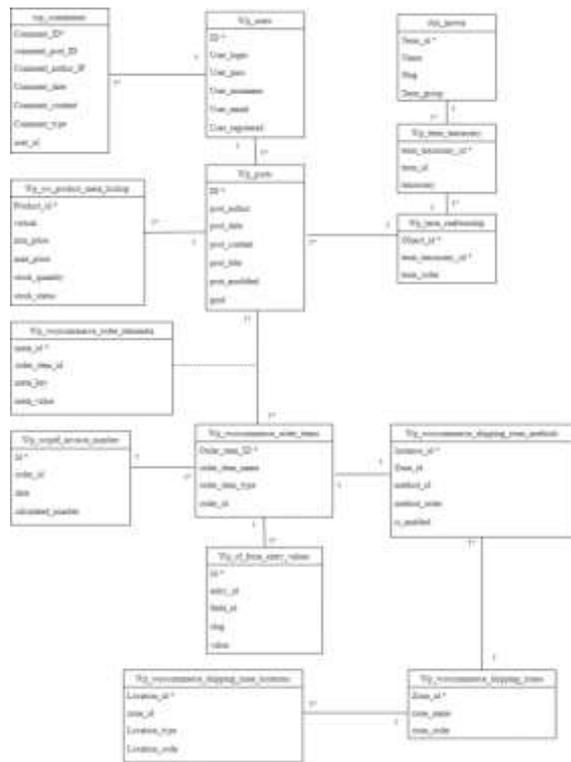
*Pre-Condition* : Admin belum membuat report orders.

- Workflow* :
- 1) Admin login pada halaman back-end website Ni-mar collection.
  - 2) Setelah admin berhasil login, admin memilih menu woocommerce dan mengklik menu report orders.
  - 3) Admin membuat report orders yang nantinya akan diberikan kepada pemilik toko Ni-mar collection.
  - 4) Setelah dibuat, admin mengklik tombol export. Maka report yang telah dibuat akan tercetak dalam bentuk pdf.

*Post Condition* : Admin sudah membuat report orders.

**3.4 Model Data**

**a. Class Diagram**

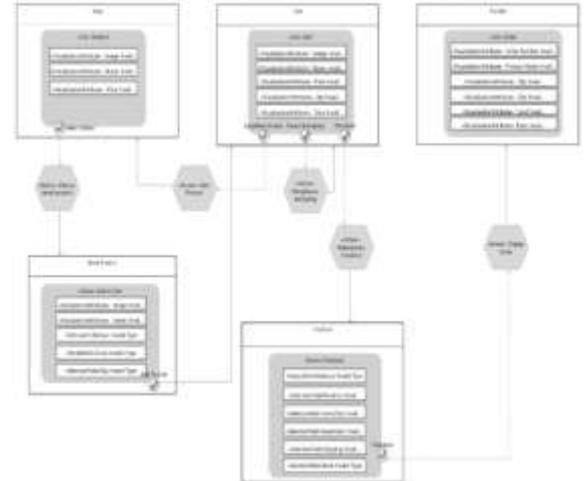


Gambar 5. Class Diagram

Pada gambar 5, merupakan struktur data dari penelitian ini yang berfungsi untuk menyimpan data yang dibutuhkan oleh sistem.

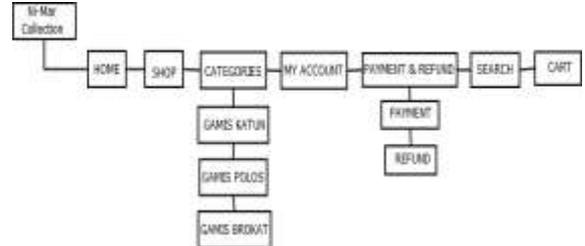
**b. Interaction Flow Modeling Language (IFML)**

IFML ini adalah penggambaran interaksi pengguna dan mengatur perilaku dari front-end website e-commerce, yang terlihat pada gambar 6.



Gambar 6. input orders

**3.5 Struktur Menu**

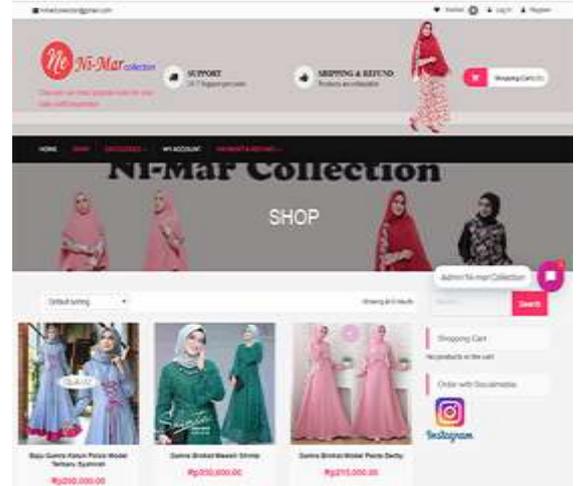


Gambar 7. struktur menu

Pada gambar 7 merupakan Struktur menu ni-mar collection terdapat 6 menu, yaitu Home, shop, categories terdapat bagian yaitu gamis katun, gamis polos, gamis brokat. My account, Payment & refund, Search, cart.

**3.6 Tampilan Layar**

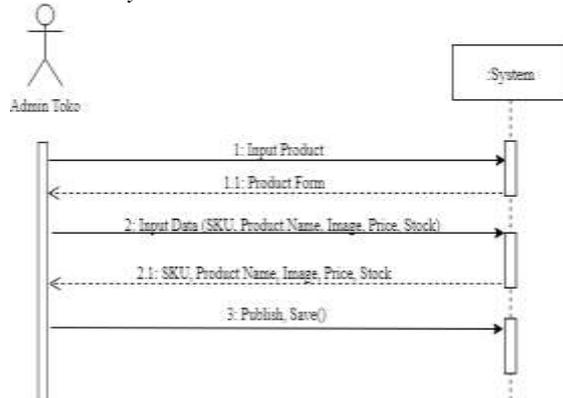
Gambar 8 merupakan bentuk tampilan layar shop toko Ni-mar collection di situs ni-marcollection.id



Gambar 8. Tampilan Layar Shop Ni-Mar Collection

### 3.7 System Sequence Diagram

Pada gambar 9 merupakan *System sequence diagram* atau alur kerja interaksi antara actor Admin Toko dengan System pada website Ni-Mar Collection yaitu:



Gambar 9. System Squence Diagram

### 3.8 Search Engine Optimization (SEO)

Dalam strategi SEO ini, penulis membagi dalam dua tahapan yaitu bagian penerapan dan hasil penerapan, yang terlihat pada gambar 10:

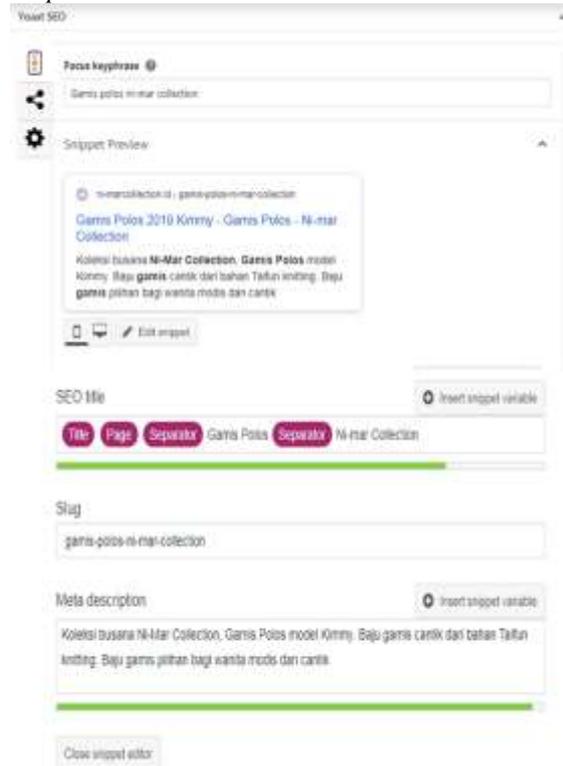
a. Bagian Penerapan

Pada tahapan penerapan *website* Ni-Mar Collection dilakukan dengan dua tahap yaitu menentukan kalimat pencarian dasar dan menempatkan kata kunci.

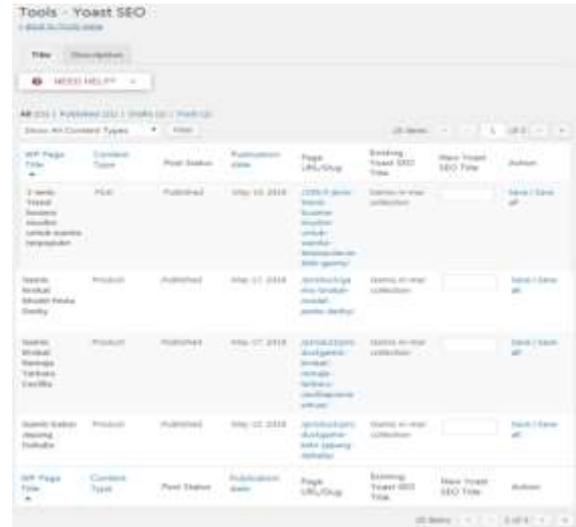
b. Menentukan kalimat pencarian dasar

Penentuan kalimat pencarian dasar merupakan tahapan dari sebuah postingan *product*

c. Penempatan kata kunci *yoast seo* melalui *product*



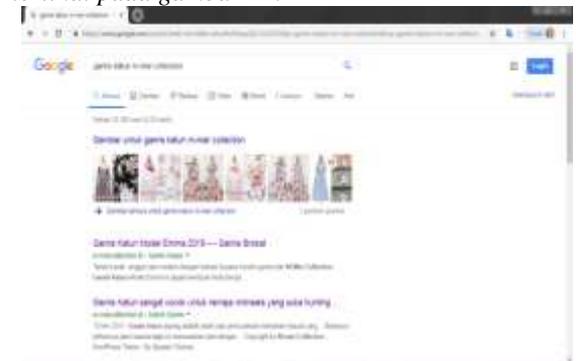
Gambar 10. Yoast Seo Product



Gambar 11. Yoast Seo Tools

### 3.9 Hasil Penerapan Yoast Seo

Menerapkan *keyword* Gamis katun ni-mar collection, dengan hasil pencarian *google*, yang terlihat pada gambar 12.



Gambar 12. Seo Keyword Gamis Katun Ni-Mar Collection

## 4. KESIMPULAN

Setelah mempelajari permasalahan yang dihadapi oleh Ni-Mar Collection dari solusi yang ditawarkan, maka ditarik beberapa kesimpulan yaitu Media Informasi yang tidak digunakan secara optimal, sehingga pelanggan tidak mendapatkan info produk yang terupdate, mempermudah proses penjualan barang sehingga pelanggan tidak perlu datang ke toko *offline*, Media promosi yang di gunakan saat ini masih belum cukup sehingga jangkauan pasar tidak luas dan dengan adanya website E-commerce diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk Ni-mar Collection

## DAFTAR PUSTAKA

[1] Anggoro, Dani, Umar, Muhammad David, & Vinanty, Ekalucy, "Rancangan Sistem Informasi Koperasi Simpan Pinjam Guru dan Pegawai", *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi 2015 (Sentika 2015) Atmajaya Yogyakarta*, Maret 2015, Pp. 213–222.  
 [2] Bhaskaran, D. E., "Business Model Canvas For E-Book Publishing Industry", 2017.

- [3] Handayani, Sutri, “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta”, *ILKOM Jurnal Ilmiah*, Vol. 10(2), Pp. 182–189, Agustus 2018.
- [4] Riyanto, Andi Dwi, Purwadi, P., “Penerapan Teknik Search Engine Optimization (SEO) Untuk Memenangkan Persaingan Kata Kunci Pada Mesin Pencari Google(Studi Kasus: Paguyuban Pengrajin Alas Kaki SIMBA Purwokerto, Banyumas)”, *JUITA (Jurnal Informatika)*, Vol. 4(2), pp.59-65, November 2016.